



UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Facultad de Arquitectura y Diseño

CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN E INFORMATIVA SOBRE LA DESERCIÓN
DE LOS ESTUDIOS PRIMARIOS
EN EL ÁREA DE SAN JUAN COMALAPA, CHIMALTENANGO
“AMANECER APRENDIENDO”

HUGO ANDRÉS PINZÓN CUELLAR

Guatemala 12 de febrero de 2011



UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Facultad de Arquitectura y Diseño

CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN E INFORMATIVA SOBRE LA DESERCIÓN
DE LOS ESTUDIOS PRIMARIOS
EN EL ÁREA DE SAN JUAN COMALAPA, CHIMALTENANGO
“AMANECER APRENDIENDO”

Presentada al Consejo Directivo de la
Facultad de Arquitectura y Diseño

por

HUGO ANDRÉS PINZÓN CUELLAR

Al conferírsele el título de

LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO EN COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

Guatemala 12 de febrero de 2011

Guatemala 24 de Noviembre de 2010.

Facultad de Arquitectura y Diseño

UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Presente

Estimados Señores:

Sirva la presente para comunicarles que he asesorado y revisado el trabajo de tesis titulado "Campaña de concientización e informativa sobre la deserción de los estudios primarios en el área de San Juan Comalapa, Chimaltenango: Amanecer Aprendiendo" en el cual se desarrolló el proyecto propuesto por el alumno Hugo Andrés Pinzón Cuellar, correspondiente a la facultad de Arquitectura y Diseño. Lo encuentro satisfactorio y listo para ser presentado.

Atentamente,

Lic. Erika Grajeda





UNIVERSIDAD
DEL ISTMO

FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y
DISEÑO

Guatemala 10 de diciembre de 2010

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD
DE ARQUITECTURA Y DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD DEL ISTMO

Tomando en cuenta la opinión vertida por el asesor y considerando que el trabajo presentado, satisface los requisitos establecidos, autoriza a **HUGO ANDRÉS PINZÓN CUELLAR**, la impresión de su tesis titulada:

**“CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN E INFORMATIVA
SOBRE LA DESERCIÓN DE LOS ESTUDIOS PRIMARIOS EN EL ÁREA DE
SAN JUAN COMALAPA, CHIMALTENANGO: AMANECER
APRENDIENDO”**

Previo a optar al título de Licenciado en Diseño Gráfico en
Comunicación y Publicidad.

Arq. Ana María Cruz de García
Decana Facultad de Arquitectura y Diseño

7a. Avenida 3-67 zona 13
PBX (502) 2429-1400
(502) 2429-1473 - 74
Fax: (502) 2475-2192
E-mail: farq@unis.edu.gt
www.unis.edu.gt
Guatemala, Centroamérica

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	i
1. REPÚBLICA DE GUATEMALA	
1.1 CIUDAD DE GUATEMALA	1
1.1.2 Geografía	2
1.1.3 Recursos Naturales	
1.1.4 Geología	5
1.1.5 Clima	8
1.1.6 Recursos	9
1.1.7 Economía	10
1.1.8 Demografía	13
1.1.9 Cultura	14
1.1.10 Idiomas	15
1.1.11 Religión	16
1.1.12 Educación	17
1.2 DEPARTAMENTO DE CHIMALTENANGO	
1.2.1 Idioma	18
1.2.2 Economía	19
1.2.3 San Juan Comalapa	20
2. EDUCACIÓN	
2.1 Educación Pública en Guatemala	24
2.2 Contexto del sector de educación	26
2.3 DEFINICIÓN DE LAS POLÍTICAS EDUCATIVAS	
2.3.1. Planeación y programación del servicio	28
2.4 Administración de la educación participación comunitaria	33
2.5 Financiación de la educación	36

2.6 Control y evaluación de la educación	38
3. DESERCIÓN ESCOLAR	
3.1 Deserción	
3.2 Causas y efectos de la deserción escolar	39
3.3 Características de niños desertores	
3.4 Deserción en el área rural	43
4. MARCO METODOLÓGICO	
4.1 Método	
4.2 Universo y Población	45
4.3. MUESTRA	
4.3.1. Muestra 2	46
4.4 Instrumento de investigación	47
4.5 Análisis y presentación de resultados	52
5. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	60
6. Identificación del Problema de Diseño	
6.1. Objetivo de Diseño	
6.2. Definición del Grupo Objetivo	
6.2.1 Descripción Demográfica	61
6.2.2 Descripción Antropológica	63
6.3. CLIENTE	
6.3.1. Descripción del Cliente	64
6.3.2. Identidad Gráfica Actual	65
6.3.3. Posicionamiento	65
6.3.4. Recursos Financieros	66
6.3.5. Área de Cobertura	71

7. CONCEPTUALIZACIÓN	
7.1. Lluvia de ideas	72
7.2. Relación Forzada	73
7.3. Lo más cercano y lo más lejano	78
7.4. Concepto Final	80
7.5. Descripción de la Propuesta Grafica	81
7.6. Descripción de las piezas	82
7.7. Tono de Comunicación	84
7.8. Desarrollo de la Propuesta	85
8. ETAPA 1 (CREACIÓN DE LA CAMPAÑA)	
8.1. IDENTIFICADOR DE CAMPAÑA	86
8.1.1 Logotipo	97
8.2. ETAPA 2 (CREACIÓN DE LOS PERSONAJES)	
8.2.1. ILUSTRACIONES DE CAMPAÑA	99
8.3. ETAPA 3 (CREACIÓN DE LOS FONDOS)	
8.3.1. Escenarios	122
8.4. ETAPA 4	
8.4.1. Estudio Tipográfico	131
8.5. ETAPA 5 (CREACIÓN DE TITULARES)	
8.5.1. Redacción Copys	137
8.6. RETÍCULAS	
8.6.1. Diseño Piezas	141
8.7. VALIDACIÓN	160
8.7.1. Análisis de los Resultados	161
8.8. Cambios realizados	166

9. FUNDAMENTACIÓN	181
9.1. Propuesta Final	183
9.2. Cambios fundamentales	184
10. PIEZAS FINALES	197
10.1 Cambios en Piezas Finales	210
11. SELECCIÓN DE MEDIOS	212
11.1. Presupuesto	216
11.2. Presupuesto de Diseño	217
12. INFORME TÉCNICO	218
Conclusiones	221
Recomendaciones	222
Referencias Bibliográficas	223
Anexos	224

INDICE DE ILUSTRACIONES

FIGURAS

1. Mapa Mundial	i
2. Mapa Educación	ii
3. Simbolos patrios	2
4. Mapa 1 de Chimaltenango	18
5. Mapa 2 de San Juan Comalapa	20
6. División de Municipios	49
8. Fórmula	51
9. Identidad	65
10. Lluvia de Ideas	73
11. Contenido Gráfico	83

TABLAS

1. Habitantes de San Juan Comalapa	50
2. Información escolar	51
3. Medios	213
4. Presupuesto	215
5. Cobro	216

GRÁFICAS

1. Nivel de Ingreso Familiar	22
2. Población por áreas	50
5. Análisis y Presentación de Resultados	

Gráficas

1. Hijos	
2. ¿Qué es la deserción escolar?	52
3. Asistencia a escuelas públicas o privadas	
4. Tiempo de asistencia en las escuelas	53
5. Ayuda en casa	
6. ¿Quiénes deciden estudiar?	54
7. Razón por la cual abandonan el estudio	
8. Momento de deserción escolar	55

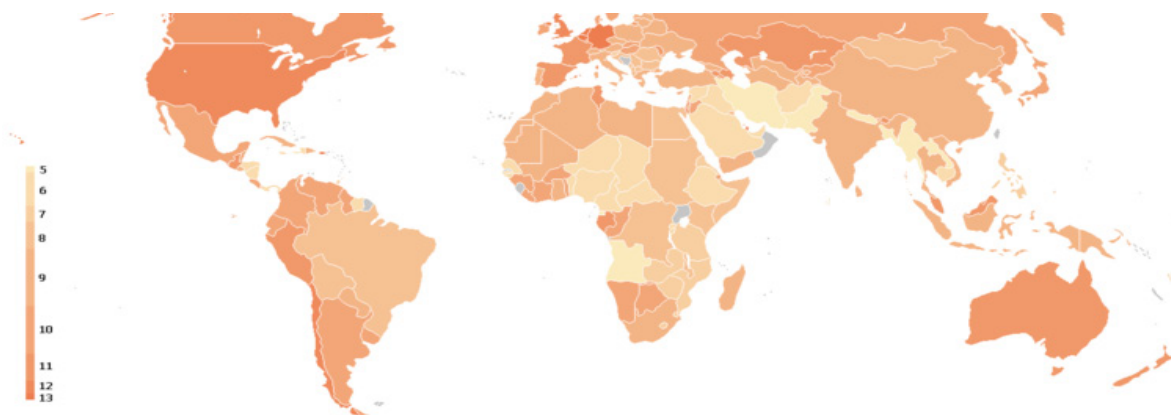
Introducción

La educación es necesaria para el desarrollo en las sociedades y para las personas, es el proceso en el cual se transmiten conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar o reaccionar, la educación está presente en todas las acciones, sentimientos y actitudes. Esto ayuda a la formación de la persona para alcanzar su plenitud.¹

En muchos países occidentales la educación escolar pública es gratuita para todos los estudiantes. Sin embargo, debido a la escasez de escuelas públicas, también existen muchas escuelas privadas y parroquiales, esto lleva a que pocas personas tengan acceso a una buena educación.

A través de la educación se crea un vínculo con la conciencia, cultura, moral y conductas, las nuevas generaciones asimilan la educación, los conocimientos, normas de conducta, modos de ser y formas de ver el mundo creando así su propia perspectiva sobre la vida. La educación es la base del proceso de crecimiento de las personas, es la estructuración del pensamiento, de la imaginación, las formas de expresión personal y de la comunicación verbal y gráfica. La proporción de niños que asisten a las escuelas a nivel mundial es hoy en día mayor que nunca. Los gobiernos deben aumentar los fondos para la educación primaria y asegurar la distribución equitativa de los recursos entre las áreas ricas y pobres. Es importante que los niños asistan a la escuela y completen su educación primaria, esto es algo que en los países en vías de desarrollo es muy común ya que existen diversas variantes por las que esto sucede sin embargo es un problema con solución ya que toda persona quiere superarse.

1 Crf. Mayor acceso, UNESCO. Guatemala - 2005. [en línea]. [USAID]. Disponible en: <http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm> [Consulta: 2009/3/5].

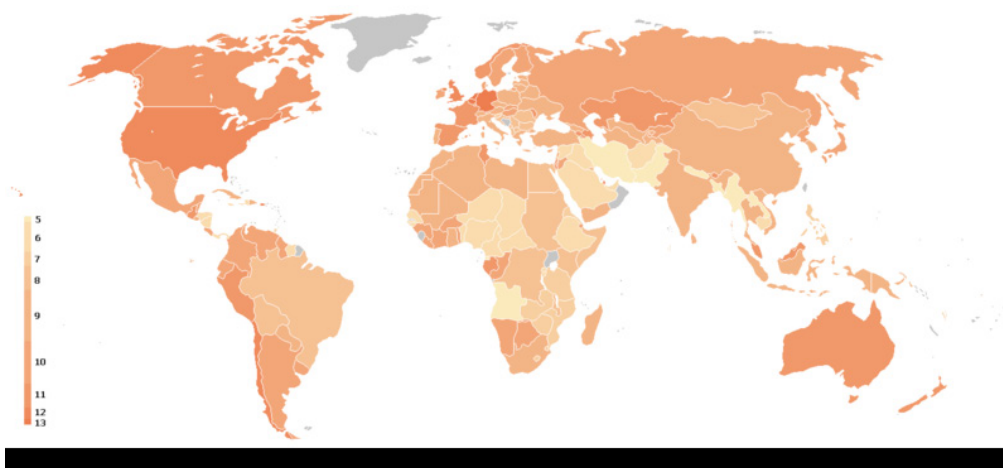


Fuente: UNHD

Fig. 1

La educación obligatoria en el mundo. Los colores oscuros representan más años escolares y los claros, menos años.

En Guatemala, la deserción escolar es un tema complicado que se da a causa de varias razones que incluyen entre ellas, el desconocimiento del problema y la falta de conciencia por parte de los padres de familia, esto perjudica no sólo a los niños, sino también a la comunidad en la que se desenvuelven.



Fuente: UNHD

Fig. 2

En azul se puede observar los países desarrollados (es decir, los que tienen una buena educación). En estos países la educación es gratuita y a los chicos/as se le dan muchas oportunidades de tener un buen futuro.

Muchos piensan que esto se podría resolver con un sistema político de educación adecuado, lo cual tomaría más años y sería un proyecto a largo plazo. Sin embargo hay que implementar nuevos sistemas de acción educativa para desarrollar proyectos que enfrenten dicho problema.

Las causas que justifican la deserción escolar a nivel primario son, la baja calidad de los servicios educativos, tanto instalaciones como sistema, la falta de recursos debido a la extrema pobreza que viven las familias en el país y la necesidad de trabajar para apoyar a los ingresos familiares.

En Guatemala es muy común que los estudiantes de las escuelas públicas a nivel primario abandonen los estudios a temprana edad, en específico los niños de las escuelas públicas en el área rural, tal es el caso que se estudiará a fondo en San Juan Comalapa departamento de Chimaltenango. Se trabajará en conjunto con las escuelas de dicho lugar para conocer a fondo a los afectados.

La deserción de los estudios primarios afecta a los estudiantes y a las familias, existen diferentes causas, las cuales se identificaron en la investigación. La necesidad de mano de obra y ayuda en las familias guatemaltecas es hoy en día algo primordial es por eso que muchos menores dejan los estudios como algo secundario o terciario. Según datos del Ministerio de Educación este problema afecta a mujeres, estudiantes de niveles primarios que se conforman con aprender a escribir y a leer.² Las necesidades de las familias hacen que los hijos desde temprana edad tengan que trabajar, para ayudar con el sustento familiar, de ahí surge la problemática de la deserción para los niños, lo cual hace que no puedan ampliar sus conocimientos y sus oportunidades.³

2 Crf. Mayor acceso, MINEDUC, Ministerio de Educación, Guatemala - 2008. [en línea]. [USAID]. Disponible en: < <http://www.mineduc.gob.gt/default.asp?seccion=37> > [Consulta: 2009/3/2].

3 Crf. Muestras - . [en línea]. [USAID]. Disponible en: <http://www.elosiodelosantos.com/calculadoras/tamanyio_muestra.htm> [Consulta: 2009/3/2].

Esto es un inconveniente a corto y largo plazo ya que sin educación se dificulta su superación.

Por lo tanto, se identificó como problema de investigación que en las escuelas públicas de San Juan Comalapa, Chimaltenango las familias le dan mayor importancia a los ingresos a corto plazo, dejando sin prioridad los estudios así como las consecuencias que la deserción puede causar en el desarrollo de su familia e hijos.

A partir de este planteamiento, los objetivos que se proponen para la investigación son:

- Identificar las principales causas de la deserción en los estudios en las escuelas públicas de San Juan Comalapa, Chimaltenango.
- Conocer las posibles consecuencias del abandono de los estudios primarios en el área rural de San Juan Comalapa, Chimaltenango.
- Saber la opinión de expertos, de cuáles son las opciones en el futuro que pueden tener los niños que no terminan sus estudios y las consecuencias para su familia del área de San Juan Comalapa y cómo ellos contemplan la oportunidad de volver a estudiar.
- Identificar el punto de vista de los padres del término deserción y si conocen las consecuencias del abandono de los estudios.

Es importante tomar en cuenta que el rendimiento de una persona no está establecido ya que las diferentes variables como la cultura, tradición, historia, salud, personalidad y entorno en el que vive, hacen que se forme su intelecto por lo tanto su forma de comportamiento ante los estudios. Los factores que afectan a los jóvenes guatemaltecos en el abandono se combinan en varios aspectos como el lugar en donde habitan, las distancias y falta de transporta o forma fácil de comunicación, la necesidad de trabajar para contribuir a los ingresos familiares y hoy en día la violencia en la que se vive.

La realización de esta investigación es para determinar e identificar soluciones para el problema detectado en el área de educación en el municipio de San Juan Comalapa, Chimaltenango. Los antecedentes educativos de la mayoría de las familias de dicha comunidad rural no cuentan con reglas rígidas, ya que se les permiten inasistencias debido a otras actividades, por ejemplo: el trabajo, esto causa cierta conformidad en los niños para no asistir a la escuela.

Si bien dicha contrariedad es algo que proviene desde ya hace años e incluso es parte de la sociedad en un país tercermundista, en el que es común que el fracaso conlleve al abandono escolar a corta edad y en etapas importantes para una educación apropiada.

Son las razones por las cuales como Diseñador Gráfico y comunicador se aportará y propondrá una solución gráfica que ayude a disminuir el problema de deserción escolar a nivel primario en San Juan Comalapa, Chimaltenango.

1. REPÚBLICA DE GUATEMALA

1.1. CIUDAD DE GUATEMALA

Guatemala, oficialmente República de Guatemala es una República de América Central, limita al Oeste y Norte con México, al Este con Belice y el Golfo de Honduras, al Sureste con Honduras y El Salvador, y al Sur con el Océano Pacífico. El país tiene 108.889 km² (la República de Guatemala mantiene un diferendo territorial con Belice, por 12.000 km²). Su capital es la Ciudad de Guatemala.⁴

Su geografía física es en gran parte montañosa. Posee suaves playas en su litoral del Pacífico y planicies bajas al norte del país. Es atravesado en su parte central por la Cordillera de los Cuchumatanes y parte de la Sierra Madre del Sur.

Su diversidad ecológica y cultural, la posiciona como una de las áreas de mayor atractivo turístico en la región. Su topografía hace que posea una variedad de paisajes y climas distintos, por ende una riqueza de flora y fauna abundante.

Aproximadamente dos terceras partes del territorio de Guatemala están formadas por montañas, muchas de ellas de origen volcánico. Las tierras altas comprenden dos cordilleras paralelas, la Sierra de los Cuchumatanes y el sistema de la Sierra Madre, continuación de la cordillera mexicana del mismo nombre, que atraviesa Guatemala de oeste a este y divide al país en dos mesetas de extensión desigual.

⁴ Crf. Mayor acceso, Historia General de Guatemala. Guatemala: Asociación de Amigos del País, 1992-1999. ISBN [en línea]. [USAID]. Disponible en: <<http://es.wikipedia.org/wiki/Guatemala>> [Consulta: 2009/4/5].

Capital: Ciudad de Guatemala

Población: 3.500.245

Coordenadas Ciudad de Guatemala: 4.010.780 (D.M.) 14°38' N 90°33' O



Fig. 3
Símbolos Patrios

1.1.2 GEOGRAFÍA

Su geografía física es en gran parte montañosa. Posee suaves playas en su litoral del Pacífico y planicies bajas al norte del país. Es atravesada en su parte central por la Cordillera de los Cuchumatanes y parte de la Sierra Madre del Sur.

Su diversidad ecológica la posiciona como una de las áreas de mayor atractivo turístico en la región. Su topografía hace que posea una variedad de paisajes y climas distintos, por ende tiene una gran riqueza de flora y fauna.

Aproximadamente dos terceras partes del territorio de Guatemala están formadas por montañas, muchas de ellas de origen volcánico. Las tierras altas comprenden dos cordilleras paralelas, la Sierra de los Cuchumatanes y el sistema de la Sierra Madre, continuación de la cordillera mexicana del mismo nombre, que atraviesa Guatemala de oeste a este y divide al país en dos mesetas de extensión desigual.

La vertiente septentrional, la región de Petén, comprende desde zonas de pastoreo hasta selvas altas (bosques húmedos tropicales) y está poco poblada.

En la estrecha vertiente del Pacífico, muy húmeda y fértil en su parte central, se localiza la mayor densidad de población. Una importante cadena de volcanes corre paralela a la costa del Pacífico, aunque la mayor parte permanecen inactivos; no obstante, se han registrado erupciones importantes del Tacaná (4.030 msnm), en la frontera con México. También están el volcán de Pacaya en el Municipio de San Vicente Pacaya del Departamento de Escuintla, el Volcán de Fuego en el Departamento de Sacatepéquez, y el Volcán Santiaguito, que nació a inicios del siglo pasado y es visitado por vulcanólogos para estudiar su crecimiento.

La cumbre más elevada del país es el volcán Tajumulco (4.220 msnm); destacan también el Tacaná (4.030 msnm) entre la frontera de Guatemala-México, el Santa María (3.772 msnm), el Agua (3.766 msnm), el Fuego (3.763 msnm), el volcán Atitlán (3.537 msnm), situado junto al bellissimo lago de su mismo nombre, y el volcán de Pacaya (2.552 msnm) situado junto al Lago de Amatitlán, en el Departamento. Los terremotos son frecuentes en las cercanías del cinturón volcánico del sur, donde han sido destruidos numerosos poblados. En el litoral atlántico, principal salida comercial en este océano, se encuentra el mayor lago del país, el Izabal.

Los ríos de Guatemala de mayor longitud son: río Motagua desde el Departamento del Quiché hasta la frontera con Honduras en el Departamento de Izabal; el río Usumacinta nace en el Departamento de Huehuetenango como río Chixoy o Negro y luego se convierte en el río Usumacinta en el Departamento de Alta Verapaz y del Petén; luego de bordear todo el Departamento del Petén desemboca en el Golfo de México. También están el río Polochic, el río Dulce y el río Sarstún.

Excepto por las áreas costeras del pacífico, Guatemala es en su mayoría montañosa, con un clima cálido tropical, más templado en el altiplano. La mayoría de las ciudades principales están situadas en la parte sur del país; las ciudades

principales son la capital Ciudad de Guatemala (Guatemala City), Quetzaltenango y Escuintla. El gran Lago de Izabal está situado cerca de la costa Caribeña.

Clima de Guatemala existe gran diversidad de climas en Guatemala. El clima en la meseta central es bastante templado, con una media de 15 °C en todo el año. El clima de las regiones costeras es de características más tropicales; la costa atlántica es más húmeda que la del Pacífico, con una temperatura cuya media o promedio anual es de 28,3 °C. La estación de lluvias se presenta entre mayo y noviembre. Las precipitaciones anuales de la zona norte oscilan entre los 1.525 mm y los 2.540 mm; la ciudad de Guatemala (Guatemala City), en las montañas del sur, recibe cerca de 1.320 mm de promedio anual.

Las áreas varían en su clima, elevación y paisaje, por lo cual hay contrastes dramáticos entre las zonas bajas con un clima tropical, cálido y húmedo, y las regiones altas, picos y valles.

El clima es cálido y húmedo en la costa Pacífica, y las zonas bajas de Petén (aunque en este último puede ser cálido y seco), mientras que en las tierras altas y en el área de Cuchumatanes el clima es de frío de montaña y es árido y cálido en las zonas más orientales.

1.1.3 RECURSOS NATURALES

El suelo, muy fértil, es el recurso más importante de Guatemala, que es básicamente un país forestal. Algunos de los minerales con que cuenta el país, aunque no todos suficientemente explotados, son hierro, petróleo, níquel, plomo, zinc y cromita; se han descubierto depósitos de uranio y mercurio. En el altiplano del departamento de San Marcos, desde el año 2006 se explota el oro. La región de Petén proporciona especies arbóreas maderables y medicinales, como árbol del

hule, chicozapote (*Manilkara zapota*), ébano (*Diospyros ebenum*), caoba, palo de rosa y otros; la madera y sus productos se utilizan tanto para el consumo local como para la exportación, así también se explota en menor grado petróleo.

1.1.4 GEOLOGÍA

Guatemala se encuentra ubicada sobre una porción terrestre geológicamente muy activa y una muestra de ello es su actual actividad volcánica. Lo que hoy es América del Sur estaba unida a África hace aproximadamente 160 millones de años. Al final del período Jurásico, hace aproximadamente 130 millones de años, se mostraba desplazamiento de una parte del antiguo continente hacia el Este, iniciándose así la separación de lo que hoy es América del Sur. Asimismo, fueron surgiendo pequeñas islas, las denominadas Proto-Antillas, que con el tiempo se desplazaron al noreste, formando las Antillas. Hace 100 millones de años, África estaba completamente separada de América del Sur.

Al final del Período Cretácico, hace aproximaciones de 80 millones de años, algunas áreas terrestres de América Central septentrional empezaron a emerger, básicamente por actividad volcánica y por el choque de las placas tectónicas, constituyendo el núcleo de América Central que incluye los altiplanos de Chiapas, el centro y parte montañosa del sur de Guatemala, Honduras, El Salvador y el norte de Nicaragua. De acuerdo a Dengo (1969), el relieve del norte de Centroamérica se incrementó por emanaciones de material volcánico de las fisuras entre las placas tectónicas. En términos de millones de años, Centroamérica fue emergiendo. Hace unos 60 millones de años América del Norte, incluyendo América Central septentrional, se encontraba separada de América del Sur por una área marina, la cual ha sido denominada por algunos geólogos como el canal centroamericano.

En lo relacionado a la estructura e historia geológica, América Central septentrional es parte del subcontinente norteamericano. Más tarde fue surgiendo el arco que forma el sur de Nicaragua y Costa Rica, también por actividad volcánica. Las montañas frecuentemente son formadas cuando dos placas tectónicas chocan una contra la otra.

Los Andes y los Cuchumatanes están siendo lentamente elevados en respuesta al movimiento de la placa del pacífico hacia el este.

El sur actual de Centroamérica (sur de Nicaragua, Costa Rica y Panamá) se originó de un promontorio submarino en el que se fueron formando una serie de islas volcánicas muy similares a las islas menores, como consecuencia del empuje de la corteza del Caribe hacia el Pacífico.

El archipiélago centroamericano siguió emergiendo para formar el resto de Centroamérica, lo cual ocurrió hace aproximadamente dos millones de años, cuando finalmente se unieron Centro y Sudamérica al emerger una pequeña área que aún estaba sumergida, y hoy es Panamá.

La aparición del Archipiélago mesoamericano y luego la conformación de la masa centroamericana permitió la migración de vegetales y animales del norte al sur y del sur al norte. Ello explica el porqué Centroamérica tiene una flora y fauna muy diversa, que proviene tanto del sur como del norte.

En general, el relieve centroamericano se fue incrementando en el curso de varios millones de años por emanaciones de material volcánico de las fisuras entre las placas tectónicas. Ello explica el origen volcánico de la mayoría de los suelos de la plataforma central de Guatemala y Centroamérica, y el poco desarrollo de

los suelos de las partes planas del oeste Atlántico, tal como las regiones del Petén, Belice y Yucatán; es decir, los suelos de la plataforma central tienen varias decenas de millones de años de formación, en los que han actuado la flora y el tiempo. Los suelos del departamento de Petén, muchos de ellos kársticos, tienen pocos millones de años de desarrollo y ello explica por qué son poco profundos; las rocas de la parte sur del Petén son predominantemente piedras calizas marinas del Mioceno, de hace aproximadamente 10 millones de años.

El territorio de Guatemala está situado sobre tres placas tectónicas, o partes de ellas: el bloque Maya de la Placa de América del Norte, el Bloque Chortís de la Placa del Caribe y la parte norte de la Placa del Coco o de Cocos; las dos primeras son continentales y la tercera oceánica. La placa de Cocos colisiona con la Placa de América del Norte, desplazándose por debajo de ésta, provocando el fenómeno denominado “subducción”, lo que provoca actividad volcánica en la planicie costera del océano pacífico. Por su parte, las placas del Caribe y de Norteamérica colisionan, formando cadenas montañosas en el área de la Sierra de las Minas, tomando como punto de partida la falla del río Motagua en el valle del mismo nombre.

1.1.5 CLIMA

Uno de los eventos climáticos de mayor impacto en Guatemala es el Fenómeno de El Niño, con importantes implicaciones en el clima, que se ha reflejado en la variación de los regímenes de lluvia. Bajo eventos severos se ha registrado una disminución importante en los acumulados de lluvia en el inicio de la época lluviosa, con menor disponibilidad de agua, incendios, etc.

El fenómeno se ha asociado a mayor incidencia de frentes fríos, aumento del número de huracanes en el Pacífico mientras que disminuyen en el Atlántico, Caribe y Golfo de México, tal como se ha venido observando en los últimos años.

Estas condiciones atmosféricas causan inundaciones importantes en las cuencas de los ríos, principalmente los correspondientes a la vertiente del pacifico las que se ven agravadas por la alta vulnerabilidad de muchas zonas pobladas establecidas en áreas de alto riesgo, como márgenes de ríos y laderas propensas a deslizamientos.

En relación a las condiciones que traiga el cambio climático se considera que los impactos serán muy fuertes en todos los aspectos de la vida nacional, a menos que haya mejoras sustanciales en las condiciones socioeconómicas. Guatemala es un país altamente vulnerable. Las condiciones sociales del país (índice alto de pobreza, inequidad y exclusión social) hacen que gran parte de la población sufra fácilmente ante situaciones de tensión política, económica y natural, incluyendo los fenómenos climáticos.

Clima Predominante: Clima Tropical.

Clima en las Llanuras: Excesivamente cálidas durante el verano.

Clima de las Mesetas: Gozan de condiciones climáticas más moderadas.

En la ciudad capital la temperatura máxima es de 28 grados centígrados.

1.1.6 RECURSOS

Recursos naturales: níquel, maderas, pesca, chicle, energía hidráulica.

Uso de la tierra:

Tierra de cultivos: 12%

Cultivos permanentes: 5%

Pastizales permanentes: 24%

Bosques: 54%

Otros: 5%

Tierra irrigada: 1,250 km²

Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SIGAP): El Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas es el conjunto de todas las áreas protegidas del país y las entidades que las administran. Fue creado para lograr los objetivos de conservación, rehabilitación y protección de la diversidad biológica y los recursos naturales del país.

Las áreas protegidas, en Guatemala, para su óptima administración y manejo se clasifican en: parques nacionales, reservas biológicas, biotopos, reservas de la biósfera, áreas de uso múltiple, manantiales, reservas forestales, refugios de vida silvestre, monumentos naturales, monumentos culturales, rutas y vías escénicas, parques históricos, parques regionales, áreas recreativas naturales, reservas naturales privadas y otras que se establezcan en el futuro con fines similares. El Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas, fue creado dentro de la Ley de Áreas Protegidas independientemente de la entidad, persona individual o jurídica que las administre.

El 32.09% del territorio nacional se encuentra bajo el régimen de área protegida con un total de 243 áreas protegidas nacionales, municipales y privadas, que ocupan un área de 3, 493,939.33 hectáreas.

1.1.7 ECONOMÍA

Guatemala es un país en vías de desarrollo. Su economía es la décima a nivel latinoamericano. En la región es superada únicamente por la República Dominicana.

La economía es estable y junto con Panamá será el único país que provee crecimiento positivos en la región, pese a esto la economía guatemalteca está

llena de contrastes ya que posee sectores en donde el IDH es muy similar al de países europeos, principalmente en la gran área metropolitana de Guatemala; así mismo posee otros indicadores fuera de la media latinoamericana y equivalentes a los de países africanos, principalmente en el interior del país. El sector más grande en la economía guatemalteca es la agricultura, siendo Guatemala el mayor exportador de cardamomo a nivel mundial, el quinto exportador de azúcar y el séptimo productor de café. El sector del turismo es el segundo generador de divisas para el país, la industria es una importante rama de la economía guatemalteca y el sector de servicios que año tras año cobra mayor importancia, por lo que convierte la típica economía guatemalteca basada en la agricultura en una economía basada en la prestación de servicios. Los sectores que más aportes generan al PIB en Guatemala son:

Agricultura, Ganadería y Pesca El sector agrícola conforma un cuarto del PIB, dos tercios de las exportaciones, y la mitad de la fuerza laboral. Los productos agrícolas principales son café, caña de azúcar, bananos y plátanos. También se cultiva tabaco, algodón, maíz, frutas y todo tipo de hortalizas. El país destaca por el cultivo de productos agrícolas no tradicionales como brócoli, arveja china, col de bruselas, ajonjolí, espárragos y chile, que en su mayor parte se destinan al comercio exterior. Guatemala cuenta con ganadería, básicamente para consumo interno y un pequeño porcentaje para exportación a Honduras y El Salvador. La pesca es importante principalmente en la costa sur, los principales productos de exportación son los camarones, langostas y calamares. Los departamentos de Escuintla y Retalhuleu son los más importantes para la pesca.

Por su aridez, el llamado corredor seco que cubre parte de los departamentos de Baja Verapaz, Zacapa, El Progreso, Jalapa, Chiquimula, Jutiapa y Santa Rosa, es muy vulnerable a las sequías, no cuenta con seguridad alimentaria además de tener un alto grado de pobreza extrema.

Minería En Guatemala el único metal existente en grandes cantidades es el níquel, cuya extracción se destina mayoritariamente a la exportación;

sin embargo existen en el país grandes minas de oro y plata así como de jade y cobre. La mina más grande del país pertenece a la compañía Canadiense Goldcorp, que se dedica a la explotación de oro para la exportación.

Industria La manufactura y la construcción conforman un quinto del PIB. Las principales industrias son: transformación de alimentos, ensamblado de vehículos, aparatos eléctricos, pinturas, farmacéuticas, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, editoriales y textiles, entre otras. La Ley de Propiedad Industrial vela por los derechos de la propiedad intelectual sobre patentes de invención y signos distintivos, lo que contempla la denominación de origen y la marca de certificación. Las principales industrias del país son de capital extranjero como American British Tabaco, Menarini, Laprin, Unipharm, Ambev. Existen muchas otras de capital mixto como Toyota, Hino, Mabe, General Electric, y empresas guatemaltecas como Kern's, Cervecería Centroamericana, Cementos Progreso, etc.

Turismo El turismo se convirtió en uno de los motores principales de la economía, una industria que reportó más de \$1,800 millones en el año 2008. Guatemala recibe alrededor de dos millones de turistas anualmente.

En los últimos años se ha originado la visita de muchos cruceros que tocan puertos marítimos importantes de Guatemala, lo que conlleva la visita de más turistas al país.

En su territorio se encuentran fascinantes enclaves arqueológicos mayas (Tikal en el Petén, Quiriguá en Izabal, Ixinché en Tecpán Chimaltenango, y en la Ciudad de Guatemala); además el lago de Atitlán y la ciudad colonial de Antigua Guatemala tienden a ser los más visitados por turistas extranjeros.

1.1.8 DEMOGRAFÍA

La población de Guatemala es de 13, 276,517 habitantes, de los cuales el 40.8% está entre los 0 y 14 años, el 55.5% está entre los 15 y 64 años y el 3.6% de los 65 en adelante.

La división etnográfica es la siguiente:

Mestizos: 25%, Indígenas (grupos de mayas) y Garífuna: 65%, Descendientes de europeos: 10%

Basándose en los censos históricos, esta es la evolución de la población guatemalteca:

1492= 2.000.000 hab. estimados

1778= 355.000 hab. (248.500 mayas)

1795= 769.503 hab.

1880= 1.224.602 hab. (844.000 mayas)

1893= 1.364.678 hab. (883.228 mayas)

1921= 2.004.900 hab. (1.299.927 mayas)

1938= 2.400.000 hab.

1940= 3.283.209 hab. (1.820.872 mayas)

1973= 5.160.221 hab.

1981= 6.054.227 hab.

1994= 8.331.874 hab.

2002= 11.237.196 hab. (2.123.457 mayas)

2008= 13.654.321 hab.

1.1.9 CULTURA

Las actuales culturas de Guatemala reúnen en sí, numerosas influencias provenientes de las mayas, españolas y afro caribeñas, y en menor medida mexicana y norteamericana, así como también del resto de Europa. Las influencias de los indígenas y de los colonos españoles aún pueden ser vistas por toda Guatemala. Los tejidos “típicos” y algunas vestimentas tradicionales se elaboran de forma tradicional maya, sin embargo, la transculturización ha tenido su influencia en las prendas de vestir, principalmente en la población indígena joven. También pueden encontrarse importantes sitios arqueológicos con ruinas mayas y algunos otros aún sin descubrir.

1.1.10 IDIOMAS

El español es el idioma oficial, aunque es utilizado como segundo idioma, por algunos grupos étnicos en el interior de la república. Existen veintiún idiomas mayenses distintos, que son hablados en las áreas rurales y un idioma amerindio no-maya, el xinca, hablado en el sur-orienté del país, así como un idioma afro-americano, el garífuna, hablado en la costa del Atlántico (Izabal).

El Decreto Número 19-2003 promulgó la “Ley de Idiomas Nacionales”, en concordancia con el artículo 143 de la Constitución política de la República, y reconoce a los veintitrés Idiomas vernáculos guatemaltecos como “idiomas nacionales” con lo cual se autorizó la utilización de los idiomas en las actividades públicas y en la prestación de servicios de educación, salud y de naturaleza jurídica, entre otros, en cualquiera de los 24 idiomas que se hablan en el país (incluyendo al Español).

Establecida en 1990 por el Decreto N° 65-90, la Academia de Lenguas Mayas de Guatemala (ALMG) es responsable de regular el uso, la escritura y la promoción de los idiomas mayas que tienen representación poblacional en Guatemala, así como promover la cultura maya guatemalteca. La Academia de Lenguas Mayas de Guatemala ofrece consultas al gobierno guatemalteco en aspecto lingüístico de los servicios públicos.

Los Acuerdos de Paz de diciembre de 1996 incorporaron la traducción de documentos oficiales y materiales de voto a varios idiomas indígenas y demandaron la provisión de intérpretes en casos legales para el no hispano-hablante. El acuerdo también demandó educación bilingüe en español y en idiomas indígenas. Es común para los guatemaltecos indígenas aprender a hablar entre dos y cinco de las otras lenguas nacionales, incluyendo el español.

1.1.11 RELIGIÓN

El catolicismo era la única comunidad religiosa reconocida durante la época colonial. Sin embargo, debido al alto número de población indígena con su propia religión (politeísta), siempre hubo tendencias al sincretismo religioso entre la gente que habitaba el país originalmente. El protestantismo ha aumentado notablemente en décadas recientes, debido a llegada de estas denominaciones desde Estados Unidos en la década de los 1970.

Está creciendo el número de cristianos ortodoxos, ya superando un medio millón y constando más de 3% de la población. Los seguidores de la ortodoxia, por su mayor parte, pertenecen a los patriarcados de Constantinopla y Antioquía.

Las creencias tradicionales mayas son practicadas por un porcentaje mediano de la población, ya que en muchos casos suele estar presente en las ceremonias católicas a través del mencionado sincretismo religioso. La práctica de la religión tradicional maya aumentó como consecuencia de las protecciones culturales establecidas bajo los Acuerdos de Paz, existiendo ahora grupos religiosos indígenas que tienen sus propios sacerdotes mayas, principalmente en el occidente del país.

El gobierno ha instituido una política de proveer altares en cada ruina Maya encontrada en el país, de modo que puedan ser realizadas las ceremonias tradicionales por parte de estos grupos religiosos.

En Guatemala existen también pequeñas comunidades de judíos (aproximadamente 1,200 practicantes) que tienen sus propias sinagogas, musulmanes (también 1,200) con aproximadamente dos mezquitas en el país, mormones, Testigos de Jehová, ateos y budistas.

1.1.12 EDUCACIÓN

El gobierno controla un número de escuelas primarias y secundarias. Estas escuelas son gratuitas aunque el costo de uniformes, libros, provisiones y el transporte los hace menos accesibles a los segmentos más pobres de la sociedad. Muchos niños de clase media y alta van a escuelas privadas.

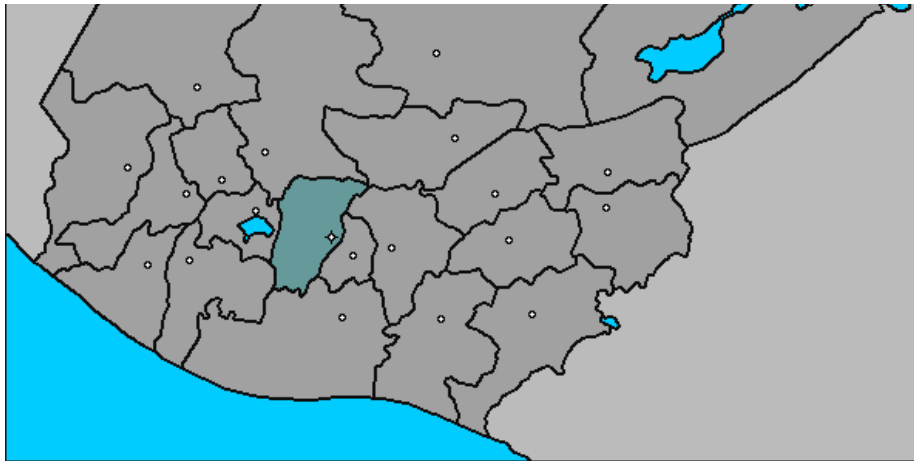
El país también tiene una universidad pública autónoma; la Universidad de San Carlos de Guatemala, que figura como la más importante por tener un alto nivel académico y compromiso con el desarrollo de país, así como otras atribuciones vinculadas al estado de Guatemala, y 9 privadas. Destacan la Universidad Rafael Landívar, la Universidad del Valle de Guatemala, la Universidad Francisco Marroquín, la Universidad Rural de Guatemala, la Universidad del Istmo, la Universidad Mariano Gálvez, la Universidad Panamericana, la Universidad Galileo, la Universidad Mesoamericana y la recién creada Universidad de San Pablo de Guatemala.⁵

⁵ Crf. Mayor acceso, Guatemala - 2002. ISBN [en línea]. [USAID]. Disponible en: < <http://es.wikipedia.org/wiki/Guatemala> > [Consulta: 2009/6/5].

1.2. DEPARTAMENTO DE CHIMALTENANGO

El departamento de Chimaltenango se encuentra situado en la región Central de Guatemala. Limita al Norte con los departamentos de El Quiché y Baja Verapaz; al Este con Guatemala y Sacatepéquez; al Sur con Escuintla y Suchitepéquez, y al Oeste con Sololá. La cabecera departamental es Chimaltenango, está a una distancia de aproximada de 54 kilómetros de la Ciudad Capital de Guatemala.

Mapa 1 Locación del Departamento de Chimaltenango, Guatemala.



Fuente: <http://www.mapasdeguatemala.com/mapas/>

1.2.1 IDIOMA

El idioma maya predominante en este departamento es el cakchiquel, pero además, gran parte de sus pobladores hablan el castellano.

1.2.2 ECONOMÍA

Chimaltenango por su constitución topográfica desarrolla una producción agrícola variada y abundante que proporciona excedentes que se comercializan en otros departamentos. Entre sus principales productos agrícolas están: El café de Pochuta, el frijol de Acatenango y Parramos, así como la caña de azúcar de calidad superior, maíz, trigo, hortalizas y frutas de todo clima. Entre su producción pecuaria, cuenta con ganadería de tipo vacuno, lanar, caballar y porcino, de los cuales se pueden obtener productos lácteos y embutidos, así también, cuenta con la crianza de aves de corral. Entre su producción industrial cuenta con hilados, tejidos e industrias maquiladoras.

El departamento de Chimaltenango se encuentra integrado por 16 municipios que son:

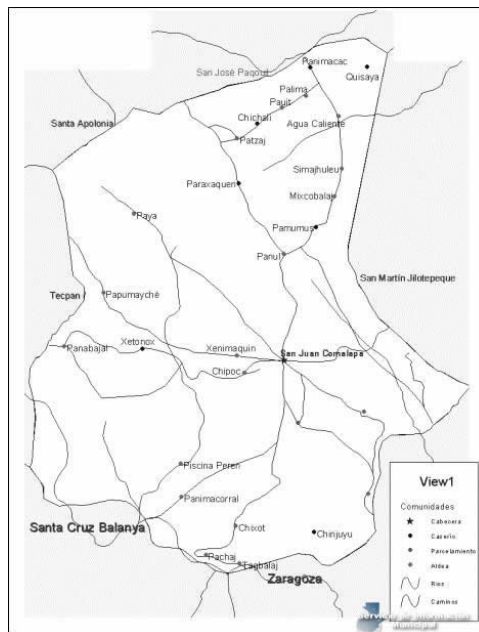
1. Chimaltenango
2. San José Poaquíl
3. San Martín Jilotepeque
4. San Juan Comalapa
5. Santa Apolonia
6. Tecpán Guatemala
7. Patzún
8. Pochuta
9. Patzicía
10. Santa Cruz Balanyá
11. Acatenango

- 12. Yepocapa
- 13. San Andrés Itzapa
- 14. Parramos
- 15. Zaragoza
- 16. El Tejar.

1.2.3. SAN JUAN COMALAPA

El nombre del municipio proviene de la expresión kaqchikel «chi royal xot» que significa «junto a la fuente de los comales» o «junto a la fuente de los discos de barro». Tras la conquista, los indígenas nahuatlés que acompañaban a los conquistadores lo llamaron de acuerdo a su propia lengua. Así comenzó a llamarse «Comalapa» de «comal», disco de barro, y «apa», lugar, o sea «lugar de los comales» o «lugar de los discos de barro».

Mapa 2 Mapa de San Juan Comalapa.



Fuente: Google Maps.

Para el año de 2007, el censo demostró una población total de 27,422 personas en el municipio de San Juan Comalapa, el cual cuenta con 18 aldeas y 20 caseríos. Según el crecimiento demográfico anual, que es de 2.5 % para el municipio la población para el año 2,001 es de 30,044 personas.

La municipalidad de este poblado es de segunda categoría. Cuenta con un pueblo, 8 aldeas y 20 caseríos. Se encuentra rodeado por profundos barrancos y el área rural es bastante quebrada y posee una extensión municipal de 76 km².

Nacionalidad

En cuanto a la pertenencia étnica, en San Juan Comalapa un 93% de la población es maya kaqchikel y un 7% es ladina o no indígena.

Idioma

Cakchiquel, español.

Nivel Económico

Las actividades que generan ingresos en el municipio son principalmente la agricultura, artesanía y comercio.

Agricultura 30%

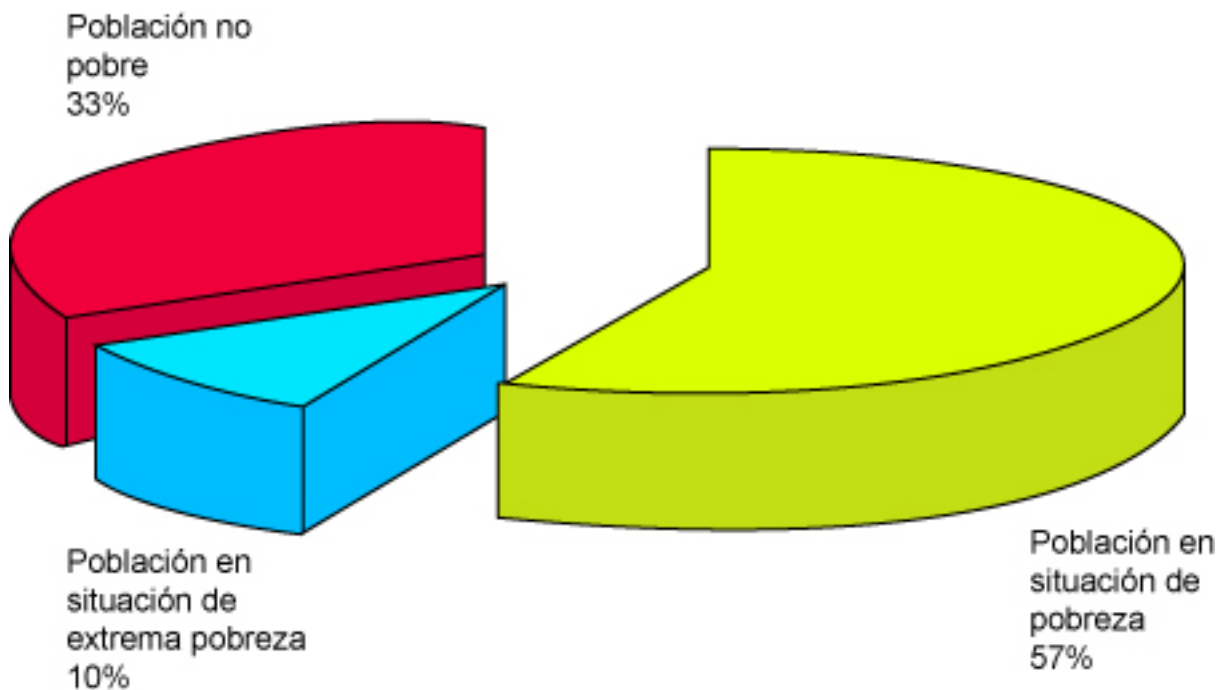
Artesanía 30%

Trabajo:

Fuentes permanentes de empleo no existen en el municipio. La mayoría de las personas se dedican a la producción agrícola familiar y artesanal. En términos porcentuales las actividades se presentan así: al comercio, agricultura 60%, artesanía 20%, comercio 20%.

Religión:

Funcionan a nivel regional 120 cofradías y 454 asociaciones y comités. En Comalapa al igual que todos los pueblos vecinos cuentan con sus respectivas cofradías.



Fuente: <http://www.inforpressca.com/sanjuancomalapa/economia.php>

Gráfica. 1

Grafica: Nivel de Ingreso familiar.

Educación:

Además de la responsabilidad que asume el MINEDUC, existen otros esfuerzos en beneficio de la educación, como lo son: PRONADE (programa nacional de auto gestión educativa) y el Proyecto Chuwi Tinamit. Este último provee servicios de salud y educación a niños del área rural y sus familias, por medio de un sistema de apadrinamiento de niños en países del Norte de América (Estados Unidos y Canadá).⁶

Datos oficiales expuestos en el plan estratégico participativo 2003, 7376 jóvenes están matriculados en los diferentes ciclos, lo que representa un 74.32% de la población entre 5 y 15 años, de este porcentaje se puede concluir que la mayoría está inscrita en los niveles pre-primaria y primaria, la cantidad de maestros e infraestructura sustentan este argumento. La oferta de carreras técnicas se hace únicamente a nivel diversificado y en carreras que no responden a las aptitudes del municipio, ni están enfocadas a desarrollar capacidades relacionadas con la tecnología, esta situación supone en muchos casos que las carreras de nivel diversificado se vean desvirtuadas y se pierdan incentivos por lo poco funcionales que resultan las mismas en el medio.

6 Crf. Mayor acceso, Estudio Potencial. PDF Agenda Nacional de Competitividad, Guatemala 2005-2015 [enCD]. Disponible en: PDF. Hacia una Guatemala Próspera, Solidaria y Equitativa, pag. 109. [Consulta: 2010/4/5].

2. EDUCACIÓN

2.1 EDUCACIÓN PÚBLICA EN GUATEMALA

Guatemala, país situado al centro del continente americano, posee una extensión territorial de 108,889 Km² y en ellos, se encuentran distribuidos, una población de 8 a 10 millones de habitantes.⁷

Esta población se reparte en 24 idiomas, más de una docena de culturas, una situación étnica e interétnica en constante crecimiento y compleja.

Como país multilingüe, los idiomas Quiché, Mam, Cakchiquel y Kekchí son hablados cada uno, por 300.000 a 600.000 personas; el Kanjobal, el Tzutjil, el Ixil, el Chortí y el Pocomchí son hablados, cada uno, por 50.000 a 100.000 personas; el Poptí, el Pocomam, el Chuj y el Sacapulteco son hablados cada uno, por 20.000 a 49.000 personas el Itzá, el Mopán, el Acateco, el Achí, el Sipacapense, el Uspanteco, el Aguacateco, el Tectiteco y el Garífuna son hablados cada uno, por menos de 20.000 personas. Todos los idiomas anteriores, con excepción del Garífuna, son de origen cultural Maya. El Xinca es hablado por menos de 100 personas; es mesoamericano pero no maya. El Garífuna tiene raíces caribes y africanas.

Las fronteras lingüísticas no coinciden siempre con fronteras culturales de otra naturaleza, por lo que el número de lenguas y regiones lingüísticas no coincide con el número de culturas del país. Combinando criterios de visión del mundo, tecnología y ecología, en Guatemala pueden distinguirse alrededor de una docena de culturas.

7 Crf. Mayor acceso, Guatemala: De Guatemala 2009-2010. ISBN [en línea]. Disponible en: <<http://www.deguate.com/foros/messages/290/124.html>> [Consulta: 2010/4/5].

Unas son mezclas de cultura maya, maya-tolteca o xinca con española; otras son mezcla de cultura africana y Caribe; otras son hispanizadas, ladinas rurales y urbanas, viejas y recientes. Entre éstas se encuentran desde culturas silvícolas y agrícolas de subsistencia con alto grado de dependencia con respecto a la naturaleza, hasta culturas cosmopolitas, científicas y tecnológicas en sentido occidental.

Desde el punto de vista étnico, el país tiene áreas densamente pobladas en cada región lingüística-cultural. Pero el surgimiento y afianzamiento de focos de etnicidad es un fenómeno reciente y tiende a extenderse. La realidad cultural de Guatemala es pues multilingüe, pluricultural y multiétnica.

El reconocimiento de la realidad cultural y educativa de Guatemala ha sido lento por parte del Estado. Sin embargo, tras varios siglos de políticas de asimilación, integración y ladinización, el Estado ha asumido la rectificación de sus políticas, instituciones y programas públicos, para adecuarlas a la realidad multilingüe, pluricultural y multiétnica en un marco crecientemente democrático y pluralista. Luego de finalizados más de 36 años de conflicto interno, mediante la firma de los Acuerdos de Paz firme y duradera, se renueva la urgente necesidad y el compromiso de una Reforma Educativa caracterizada por la participación de todos los sectores de la sociedad guatemalteca, como lo subrayan el Acuerdo sobre Identidad y Derechos de los Pueblos Indígenas y el acuerdo sobre Aspectos Socioeconómicos y situación agraria.

2.2 CONTEXTO DEL SECTOR DE EDUCACIÓN

La Constitución Política de la República señala que es obligación del Estado proporcionar educación a los habitantes sin discriminación alguna y declara que los habitantes tienen el derecho y la obligación de recibir la educación pre primaria, primaria y básica, dentro de los límites que fija la ley, que la educación impartida por el Estado es gratuita y que se promoverá la educación especial, la diversificada y la extraescolar. A pesar del aparente consenso nacional sobre la importancia de la educación para el Coloquio Regional sobre Descentralización de la Educación en América Central, Cuba y República Dominicana (1997 Nov. 3-5: San José).-CLAD; Países Bajos. Gobierno Nacional; Costa Rica. Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica; Costa Rica. Ministerio de Educación Pública 68 mejoramiento de la calidad de vida de la población y para el desarrollo del país, muchos guatemaltecos no han tenido acceso a las oportunidades educativas de ningún tipo, ni escolarizadas ni desescolarizadas. Cerca de un 36% de la población económicamente activa no posee ningún grado de escolaridad y un 25% posee solamente entre uno y tres años de escolaridad primaria.

Asimismo, el sistema ha sido poco eficaz para lograr que su proceso y su producto respondan a las necesidades y aspiraciones del contexto social. Guatemala se encuentra entre los países con los peores indicadores educativos de América Latina. En términos de analfabetismo, años de escolaridad de la población, porcentaje de alumnos que completan la educación primaria, proporción de alumnos matriculados en secundaria y en educación terciaria y financiamiento de la educación, en sí el país presenta algunos de los mayores problemas a nivel continental.

El propósito básico de la estrategia educativa es transformar participativamente el sector educación, fortaleciendo la educación para el trabajo, la convivencia democrática y la paz, buscando un sistema más congruente con la realidad del país, más equitativo y de mayor calidad, así como contribuyendo a la competitividad.

Para hacer frente al reto de la transformación educativa en el país, el Ministerio de Educación ha formulado las Políticas de Acción para el período 1996-2000 que involucran los aspectos más sensibles del sistema educativo nacional cuyos objetivos son:

- Reforma educativa orientada a dar respuesta a las necesidades y características de la población, con énfasis en la participación a todo nivel para responder efectivamente a las demandas actuales y futuras.
- Ampliación de la cobertura orientada a la universalización del acceso a los primeros tres grados del nivel primario y a la reducción del analfabetismo a un 30% para el año 2000.
- Participación comunitaria impulsando alianzas con diversos sectores y una gestión participativa.
- Mejoramiento de la calidad de la educación que responda a circunstancias locales y nacionales tomando en cuenta las características pluri culturales y multiétnicas de la población guatemalteca.

- Modernización institucional que abarque la reforma administrativa orientada a la desconcentración, la descentralización y la simplificación del Ministerio de Educación como instrumento de la eficiencia y eficacia de la provisión de servicios educativos.
- Ampliación de cobertura de educación extraescolar con el apoyo de otros sectores del país, facilitando la incorporación de jóvenes y adultos a la población económicamente activa.
- Fortalecer los programas de alfabetización y postalfabetización para disminuir en forma sustantiva los índices de analfabetismo y atender a la población bilingüe en coordinación con Ogs y ONGs.
- Optimizar la cooperación y coordinación de las acciones nacionales e internacionales para asegurar que respondan a una estrategia que emane del sector.
- Contribuir a la consolidación de la paz a través del desarrollo de personas capaces de enfrentar los retos e impulsar las transformaciones de la sociedad guatemalteca.

2.3 DEFINICIÓN DE LAS POLÍTICAS EDUCATIVAS

2.3.1. Planeación y programación del servicio.

El diseño de políticas de construcción de infraestructura educativa y de apoyo administrativo se desarrolla en el nivel central pero su formulación y ejecución se determina en el nivel local.

Para el efecto se cuenta con una serie de instancias gubernamentales que apoya la ejecución de dichas políticas, tales como el Fondo de Inversión Social -FIS-: Fondo Nacional para la Paz –FONAPAZ- y Consejos de Desarrollo.

La formulación y adecuación curricular dentro del sector educativo se coordina, dirige y ejecuta dentro del Ministerio de Educación a través del Sistema Nacional de Mejoramiento de Recursos Humanos y Adecuación Curricular -SIMAC-. La adquisición y distribución a nivel nacional de textos se realiza por medio del Ministerio de Educación bajo la coordinación de la Dirección General de Proyectos de Apoyo -DIGEPA-. Coloquio Regional sobre Descentralización de la Educación en América Central, Cuba y República Dominicana (1997 Nov. 3-5: San José).-CLAD; Países Bajos. Gobierno Nacional; Costa Rica. Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica; Costa Rica. Ministerio de Educación Pública.

Las políticas en materia de Administración de Recursos Humanos al servicio del Estado se encuentran definidas en un marco jurídico de observancia general, y en lo que respecta a puestos docentes se cuenta con una legislación específica.

En los niveles Pre-primario y Primario la selección, calificación y promoción de docentes se realiza mediante el concurso de Jurados Municipales de Oposición integrados por representantes de la Comunidad Educativa (Maestros, Padres de Familia, Municipalidades, Organizaciones No Gubernamentales), a quienes les corresponde el análisis y evaluación de cada caso y luego de satisfechos los requerimientos para cada acción administrativa trasladan al Despacho Ministerial su decisión para que éste proceda a la emisión del nombramiento.

En relación a los factores de evaluación e incentivos, el Ministerio de Educación contempla el ascenso por clase escalafonaria después de cinco años de servicio continuo representando un porcentaje del 20% de su salario inicial hasta cubrir el cien por ciento.

En el Nivel Medio, la selección, calificación y promoción se realiza mediante el concurso de las direcciones de establecimientos educativos y Direcciones Departamentales, con base en lo regulado por la Ley del Servicio Civil. Al igual que en los niveles Pre-primario y Primario la evaluación e incentivos para docentes, contemplan el ascenso por clase escalafonaria después de cinco años de servicio continuo representando un porcentaje del 20% de su salario inicial hasta cubrir el cien por ciento. En cuanto al personal administrativo, técnico y de servicio, los procedimientos se encuentran establecidos por la Ley de Servicio Civil. Las acciones de mantenimiento se realizan en los niveles central, departamental y local, con financiamiento gubernamental mediante el presupuesto de gastos autorizado y a través de apoyos brindados por organismos no gubernamentales.

Las políticas de atención especial se formulan y definen en el nivel central y su ejecución se transfiere a diversos programas. En materia de cobertura en los niveles pre-primario y primario del sector formal intervienen: PRONADE (Programa Nacional de Autogestión y Desarrollo Educativo); DIGEBI (Dirección General de Educación Bilingüe Intercultural); PAIN (Programa de Atención Integral a niños menores de 6 años); y DERFAM (Departamento de Educación Rural Familiar).

En materia de cobertura en los niveles pre-primario y primario del sector no formal: CONALFA (Comité Nacional de Alfabetización) y Dirección General de Educación Extraescolar Las políticas de definición y adquisición de equipos se desarrollan en los diferentes niveles, dependiendo de las necesidades y capacidad financiera. Por otra parte, las políticas de financiación o cofinanciación se basan en el Presupuesto General de Ingresos y Egresos del Estado y en algunos casos en la capacidad de Autogestión de las autoridades locales en los diferentes niveles. Para atender el rubro de tecnologías educativas, el Ministerio de Educación cuenta con el Sistema Nacional de Mejoramiento de Recursos Humanos y Adecuación Curricular, unidad encargada de promover la calidad y tecnología educativa. Por lo general, los planes y programas relacionados con Cobertura, Capacitación, Apoyo Alimenticio (Refacción y Desayunos Escolares), Textos y Útiles Escolares, Mobiliario Escolar, son definidos en el nivel local en base a las necesidades detectadas. En cuanto a metas de cobertura y calidad, éstas se trazan desde el Nivel Central hasta llegar al nivel local atendiendo las demandas y características de la comunidad educativa y tomando en consideración la disponibilidad de recursos. El nivel de participación ha aumentado considerablemente; en la mayoría de los casos es a través de equipos multidisciplinarios (representantes de las diferentes instancias con presencia jurisdiccional), bajo la coordinación de las Direcciones Departamentales de Educación. Actualmente se lleva a cabo la Consulta Multisectorial de Reforma Educativa, que se constituye en un foro permanente de revisión de las necesidades educativas, del cual se prevé obtener insumos suficientes para reorientar el servicio educativo acorde a las demandas de la comunidad con base en Coloquio Regional sobre Descentralización de la Educación en América Central, Cuba y República Dominicana (1997 Nov. 3-5: San José).-CLAD; Países Bajos. Gobierno Nacional; Costa Rica.

Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica; Costa Rica. Ministerio de Educación Pública calidad y cobertura.

Al igual que en anteriores ocasiones, el problema para poder llevar a cabo una transformación en servicio educativo radica en la carencia de personal técnico y profesional en los distintos niveles de administración y ejecución. Por lo que actualmente se implementan programas de capacitación constante que permitan mejorar la calidad de la educación.

De igual forma existen otras circunstancias paralelas que limitan la proyección del servicio educativo como son: resistencia y rigideces de los sindicatos magisteriales; resistencia al cambio de las estructuras organizacionales; y limitación presupuestal.

Como rasgo general, en la mayoría de programas educativos a nivel nacional, su principal debilidad radica en la limitación de recursos tanto humanos, materiales y financieros, y en la exagerada burocracia que caracteriza a los órganos del Estado.

Sin embargo, a partir de la implementación de la estrategia de descentralización de las funciones del nivel central y la transferencia de responsabilidades a las Direcciones departamentales se está consolidando una cultura de participación por parte de los distintos sectores locales en los diferentes campos del quehacer educativo.

2.4 ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN PARTICIPACIÓN COMUNITARIA

A diferencia de otras épocas el Ministerio de Educación puede indicar que en la actualidad existe participación comunitaria en los diferentes procesos de detección de necesidades de servicio y en la supervisión de la observancia a los esquemas administrativos, esto mediante la acción de sus representantes ante los Jurados Municipales de Oposición, quienes tienen a su cargo por mandato ministerial la selección y calificación de expedientes de docentes, así como de apoyo a algunas supervisiones educativas distritales.

Asimismo, dentro del contexto de la participación comunitaria se han establecido, mediante un esquema normativo interno, Juntas Escolares a nivel nacional a partir de 1998, con un financiamiento inicial provisto por dicho Ministerio. Pretenden la integración de la comunidad educativa para satisfacer necesidades puntuales en aspectos relacionados con refacción escolar, útiles escolares y mantenimiento de edificios, lo que significa un avance en el grado de relación existente entre los proveedores del servicio y los usuarios, enfatizándose en dicho nivel la autogestión bajo la figura de una personería jurídica que les permite la consecución de recursos. Se asume que los beneficios generados por dicha interacción redundarán en la calidad y cobertura educativa.

En cuanto al proceso de comunicación interna y externa, de alguna manera los agentes locales funcionan como entes multiplicadores de información y decisiones administrativas del Ministerio mediante diversas formas y para diferentes usos, pero se hace necesario reforzar los esquemas de comunicación formal que al momento se administran al nivel central.

En cuanto al seguimiento y control del desempeño de maestros, actualmente existe un esquema de supervisión plenamente establecido, que es el responsable de velar por los niveles de cumplimiento y calidad del servicio. Obviamente, como parte de la reforma educativa, este sistema deberá consolidarse mediante un fortalecimiento de recursos.

Dentro del esquema PRONADE es la comunidad quien ejerce dicho control tomando en consideración la naturaleza del programa.

Cuando se trata de aportes en especie, específicamente para la construcción y restauración de edificios escolares, los agentes locales colaboran en la elaboración de planes tripartitos cubriendo generalmente lo referente a mano de obra local. También la comunidad, a través de diferentes instancias, participa en la detección de necesidades de servicios educativos, canalizándolas a través de las Direcciones Departamentales a la UPE (Unidad de Planificación Educativa). Coloquio Regional sobre Descentralización de la Educación en América Central, Cuba y República Dominicana (1997 Nov. 3-5: San José).-CLAD; Países Bajos. Gobierno Nacional; Costa Rica. Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica; Costa Rica. Ministerio de Educación Pública.

En materia de diseño de aspectos técnico-pedagógicos, actualmente algunas comunidades inician su participación en Círculos de Calidad Docente promovidos por el SIMAC para adecuar los programas educativos a sus propias necesidades. Los agentes locales por medio de diversos programas colaboran en la gestión de fondos ante diversos entes nacionales e internacionales con fines de mejorar el servicio y la calidad del mismo, aunque no se da en la proporción que se requiere.

En las actividades recreativas los agentes locales participan a través de los Patronatos de Padres de Familia y/o Comités específicos. La participación de Municipalidades, iglesias, padres de familia, OGS, ONGs, es de carácter formal y responsable bajo la coordinación del Ministerio de Educación a través de sus diferentes instancias administrativas. De manera aproximada se podría calcular que el valor de los aportes de las organizaciones de la sociedad civil al servicio educativo oscila alrededor del 25% del presupuesto asignado al Ministerio de Educación.

En algunos casos, los egresos por contribuciones especiales son deducibles de ciertos impuestos, aplicables por lo general a empresas económicamente estables del sector privado, siendo esta la forma de incentivar la participación del sector empresarial en los procesos de servicio educativo.

Las principales resistencias y obstáculos que impiden la participación de la sociedad civil están asociadas con la falta de credibilidad en el sistema, debido a experiencias negativas vividas, desinterés, débiles condiciones económicas, manifestándose con la poca participación en algunas comunidades. Tales situaciones pueden mejorarse a través de la implementación y fortalecimiento de un sistema de comunicación permanente que permita dar a conocer la labor que realiza el Ministerio de Educación.

La cultura en sí se considera como un factor positivo para el desarrollo, no obstante lo anterior en una sociedad como la guatemalteca con rasgos pluriculturales, multilingües y multiétnicos debe tratarse desde diferentes puntos de vista, respetando la diversidad y en función de ello adaptar el servicio educativo a las necesidades identificadas rindiéndole el seguimiento adecuado.

2.5 FINANCIACIÓN DE LA EDUCACIÓN

Es de hacer notar que la distribución y ejecución de los recursos financieros locales se realiza por medio de las Direcciones Departamentales de Educación con los fondos provenientes del Presupuesto General de la Nación.

En la actualidad por disposiciones legales es el nivel central el encargado de la captación, programación y distribución de los recursos provenientes de las asignaciones de Gobierno, transfiriendo la responsabilidad de la administración y ejecución a los niveles departamentales. La distribución de recursos se efectúa en forma proporcional en los 22 departamentos de la República, atendiendo sus indicadores de crecimiento. Debido al escaso porcentaje que obtiene el sector educación dentro del total del gasto público, las asignaciones recibidas no satisfacen las demandas del servicio.

A partir del próximo año se tiene previsto que la base presupuestaria se estime en relación a las necesidades propias del nivel local.

Para la ejecución de sus programas financieros las Direcciones Departamentales dependen del techo presupuestario asignado al nivel central, pudiendo adecuar el gasto a las exigencias y necesidades de su jurisdicción. No obstante lo anterior se tiene previsto que, como parte del proceso de descentralización, sean las propias Direcciones Departamentales quienes planifiquen y ejecuten su propio presupuesto de acuerdo a sus necesidades particulares.

Las asignaciones presupuestales se realizan a través de la decisión de varios niveles de Coloquio Regional sobre Descentralización de la Educación en América Central, Cuba y República Dominicana (1997 Nov. 3-5: San José).- CLAD; Países Bajos. Gobierno Nacional; Costa Rica. Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica; Costa Rica. Ministerio de Educación Pública Gobierno incluyendo el establecimiento de cuotas rígidas de funcionamiento, mantenimiento y de inversión.

Con el proceso de descentralización y modernización del Estado, se pretende desconcentrar este tipo de acciones a fin de que sean los propios órganos ejecutores los que, con base a lineamientos generales, implementen sus programas de ejecución presupuestaria. Eventualmente, la ejecución de los programas del sector educación se han financiado mediante tributos de destinación específica, para lo cual el nivel central ha dictado sus objetivos.

Se cuenta con un aporte constitucional del 10% del presupuesto ordinario de la Nación distribuido entre las 323 municipalidades del país el que está destinado al fortalecimiento de los programas de desarrollo local, y de donde el 2% se asigna por parte de dichas municipalidades a la ejecución de acciones relacionadas con el servicio educativo.

Para velar por el adecuado uso de dichos recursos existe un sistema de fiscalización que se ejerce a través de la Contraloría General de Cuentas, ente fiscalizador a nivel nacional, pero que toma muy en consideración las denuncias sobre posibles malversaciones que plantean los agentes locales.

2.6 CONTROL Y EVALUACIÓN DE LA EDUCACIÓN

Dentro del sistema educativo tradicional no existe ninguna injerencia de la comunidad en cuanto a control de gasto. Pero dentro de la modalidad del PRO-NADE, es la comunidad quien se responsabiliza por la adecuada administración y resultados del programa mediante una serie de mecanismos preestablecidos.

El nivel de eficacia de las denuncias en cuanto a fallas o problemas del sistema educativo es relativo, ya que no siempre son efectivas puesto que existen criterios subjetivos y depende del sector de donde proviene la denuncia para que la misma tenga o no efecto.

En cuanto a las sanciones, éstas se tipifican dependiendo de la gravedad de la falta y puede sancionarse administrativamente o penalmente según el caso; en su mayoría se ejecutan mediante procedimientos lentos y engorrosos.

En forma administrativa dentro del sector educativo se pueden ejecutar transferencias de recursos para desarrollar programas educativos a diferentes entidades de la sociedad civil, mediante la celebración de contratos de carácter legal, existiendo compromisos de evaluación de resultados o productos en tiempos definidos. La vigilancia o control de los mismos incluyen la participación de diversos sectores sociales.

3. DESERCIÓN ESCOLAR

3.1 DESERCIÓN

La deserción escolar es un problema educativo que afecta no sólo al estudiante, sino también a su familia, su comunidad, al desarrollo de la sociedad y del país en sí. Este fenómeno social es muchas veces ocasionado por diversas causas ya sean políticas, familiares, nutritivas, económicas, etc. Lo cual debe de ser estudiado detenidamente para así poder determinar posibles soluciones, así como su prevención.⁸

3.2 CAUSAS Y EFECTOS DE LA DESERCIÓN ESCOLAR

La deserción escolar es un problema que proviene de muchas causas. Algunas veces se ha creído que estos inconvenientes se deben a una mala política gubernamental, mala implementación de programas, etc. pero estas causas van más allá de lo superficial. Aunque estos temas también afectan al problema, no son los únicos que hay.

Algunas causas que originan éste fenómeno se podrían situar en:

- Extrema pobreza, lo cual conlleva a los niños a vivir en situaciones precarias.
- El trabajo infantil, dado a los escasos recursos económicos de las familias. La combinación entre la falta educación y la situación económica en las familias y en las comunidades, muchas veces se concluye que es mejor que los hijos contribuyan con recursos para el hogar, a mandarlos a una escuela y pensar que se puedan superar.

8 Crf. Mayor acceso, ANASTASI, Anne. Deserción Escolar. México, Editora Universidades, 2007. Pág. 28, [Consulta: 2010/7/2].

- El abuso, tanto en el trabajo como en las familiares que estos puedan tener.
- La falta de trabajo para los padres o los encargados de la familia.
- Embarazos a temprana edad.
- La discriminación para lograr permanecer en el sistema educativo.
- Falta de acceso a medios de transporte u otros para asistir a la escuela.
- Falta de establecimientos, ya que en Guatemala existen muy pocos centros educativos.
- Mucho de lo que hoy en día se encuentra en las comunidades, ni siquiera cuentan con un buen establecimiento o condiciones básicas para funcionar.
- Falta de maestros.
- La exclusión educativa por desigualdad, el cual se da específicamente para las mujeres indígenas tanto en la capital, como las que habitan en el área rural. Dicha situación es la que se refleja en las tasas netas de educación que en la preprimaria alcanzan un 20.9% para indígenas y un 34.7% para no indígenas; mientras que en la primaria se tratan con resultados de un 71.3% para indígenas y un 84.0%, para el contrario.

- Falta de interés, esto se da no sólo en los padres de familia, quienes por falta de educación, el impacto económico y cultura piensan que no vale la pena que sus hijos estudien; en adición al hecho que necesitan el trabajo de los hijos para el incremento del ingreso familiar. Los mismos prefieren ver posibles soluciones a corto plazo que tomar la educación como la vía a una solución a largo plazo. Dicho problema también se da por parte de los alumnos. Muchas veces se ha visto que los niños no constan de ninguna motivación o interés por asistir a los centros educativos.
- Insuficiente desempeño, esto es causado por el mal rendimiento, inadecuada conducta, retrasos, poca retención de la información, lo que hace que los niños no sientan interés por el estudio.
- Deficiente alimentación, mostrando desgano, falta de memoria, mal rendimiento y desarrollo.

La inscripción de los niños a la escuela es cada vez más baja. En el año 2004, la tasa neta de educación en primaria el 87.48%. De cada 10 niños que ingresaban al sistema educativo, únicamente 3 completan hasta el tercer grado y solamente 2 terminan el sexto grado de primaria.

Todos estos indicadores conllevan a diversos efectos negativos, que se reflejan no sólo en la persona en sí, sino también en el país. Aunque es importante mencionar que el efecto más evidente son las crecientes tasas de alfabetización en el país.

Asimismo, este nivel de deserción escolar, que se da mayormente en las áreas rurales del país muestran otras consecuencias tales como:

Una niñez que sufra de marginaciones en el ámbito escolar y al crecer se coloquen entre la población desocupada y socialmente marginada.

La deserción provoca no sólo retraso en el niño en sí, sino también en la comunidad donde este habita y en el país. Todo esto conlleva a condiciones negativas para la sobrevivencia tanto del individuo como la del medio en que se desarrolla.

Incremento en la pobreza, ya que la persona contará con menos oportunidades para realizarse tanto en el ámbito personal como laboral. Debido a las condiciones que estas familias viven, es necesario que la niñez crezca con una buena educación y así competir en el medio que se desarrolla.

Las personas que han recibido menos estudios son más vulnerables al desempleo y sus consecuencias socioeconómicas. Esto es evidente ya que más del 25% de las personas que en la actualidad no cuentan de un trabajo en el país, no han completado la primaria y sólo el 2.5% de los que terminaron sus estudios superiores se encuentran desempleados. Incremento de la violencia juvenil, pandillas, maras, etc. Analfabetismo, etc.

3.3 CARACTERÍSTICAS DE LOS NIÑOS DESERTORES

Muchos de los niños que abandonan los estudios primarios son aquellos que viven con muy bajos recursos económicos, es decir pobreza extrema. Como se ha mencionado con anterioridad, esto los conlleva a buscar un empleo para ayudar a la situación de la familia.⁹

Otra característica de niños desertores consta mas que nada en el género femenino. Muchas veces éstas son marcadas por las expectativas familiares y sociales del papel que supuestamente la mujer debe de cumplir. En general sufren de cambios frecuentes de vivienda y muchas veces de escuela.

Por otra parte, son niños que constan de una baja autoestima, esto muchas veces a causa de la discriminación, representación física, costumbres, hábitos y sus formas de hablar.

A todo esto se le debe de sumar que la mayoría de los niños que se encuentran en estos casos tienen mas edad que los integrantes de su grupo debido a “desfases cronológicos” y “largas trayectorias escolares, con períodos de reprobación en los primeros grados que provocan “deserciones temporales en grados intermedios, hasta llegar a la deserción final del ciclo, en ocasiones a punto de terminar el sexto grado.

3.4 DESERCIÓN ESCOLAR EN ÁREA RURAL

Guatemala cuenta con una población de 16 millones de habitantes, que se distribuyen en un 60% en áreas rurales y un 40% en áreas urbanas.

9 Crf. Mayor acceso, Educación. Guatemala 2009. ISBN [en línea]. [USAID]. Disponible en: < <http://www.inforpressca.com/chimaltenango/educacion.php> > [Consulta: 2010/2/5].

El mismo agrupa el mayor índice de población indígena y tiene un bajo índice de desarrollo humano, el cual ocupa el puesto 108 sobre un total de 162 países según datos del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD, que lo sitúa al final del grupo de países con desarrollo humano. El área occidental del país se caracteriza por el bajo nivel de desarrollo social y económico que obtienen sus habitantes, en su mayoría los indígenas, en donde el 80% de la población vive en condiciones de pobreza y más del 60% en extrema pobreza.

La cobertura educativa es muy mala más que todo en las zonas rurales, debido a diversos factores mencionados con anterioridad, por ejemplo: la inexistencia de centros educativos, a la falta de recursos y medios que permitan el acceso a las personas, mala nutrición, etc. Entre todos estos problemas también se encuentra la alta tasa de analfabetismo, la cual en este momento está en 39%.

Mientras que en la capital el abandono del ciclo escolar a nivel primario se registra en el 40%, más del 70% de los niños y niñas dejan de asistir a la escuela antes de completar el ciclo primario en las áreas rurales del país. Es por ello que se puede observar que en las zonas rurales, la deserción ocurre casi totalmente durante el ciclo primario.

Es importante mencionar la diferencia marcada entre hombres y mujeres. En la capital, las niñas abandonan los estudios con menor frecuencia que los niños; esto probado mediante gráficas y pruebas. Mientras que en las zonas rurales, es totalmente lo contrario, ya que las niñas tienden a abandonar la escuela antes que los niños, sobre todo durante los primeros años de la primaria.¹⁰

10 Crf. Mayor acceso, San Juan Comalapa, Chimaltenango. Guatemala. ISBN [en línea]. Disponible en: <<http://www.inforpressca.com/sanjuancomalapa/educacion.php>> [Consulta: 2009/4/5].

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1 MÉTODO

Para la realización de esta investigación se utilizó el método deductivo que da la posibilidad efectiva de construir conocimiento partiendo de lo general para llegar a lo particular, de esta manera se garantiza obtener la información requerida.

Se deduce que es el método indicado, ya que se analiza el aspecto humanístico de un lugar y se estudian todos sus recursos y problemas.

4.2 UNIVERSO Y POBLACIÓN 1 (Padres de familia)

1. Censo poblacional, elaborado por el Instituto Nacional de Estadística –INE-, del departamento de Chimaltenango, donde observamos que San Juan Comalapa es el quinto municipio más poblado, después de Chimaltenango (cabecera departamental), Tecpán, San Martín Jilotepeque y Patzún. Los siguientes datos fueron proporcionados por el Centro de Salud de San Juan Comalapa, aunque no coincidan plenamente con los del INE son absolutamente fiables dado que están extraídos de la visita diaria a las comunidades.

La información necesaria será extraída de los padres que tiene hijos estudiantes de nivel primario de escuelas públicas de Chimaltenango, 4,035 padres que tienen hijos que acuden a los centros de educación públicos en el área urbana.

Población 2 (Experto)

2. Se apoyará la investigación con una entrevista a un experto del área de educación (MINEDUC) de San Juan Comalapa ya que él se encuentra en contacto directo con el problema y la población para poder profundizar en posibles causas y proyecciones. Se espera extraer la mayor información necesaria para poder llegar a conocer el problema.

4.3. MUESTRA 1 (Padres de familia)

1. La información necesaria será extraída de los padres de familia que tienen hijos estudiantes de nivel primario de escuelas públicas de Chimaltenango, con un total de 351 padres.

La información requerida se obtuvo de los padres de familia de dicha cantidad de estudiantes, ya que es el resultado de la Muestra el necesario para sacar información útil.

4.3.1. MUESTRA 2 (1 Experto Lic. Edgar Leonel Simón Ministerio de Educación)

2. Con el conocimiento del experto se podrá conocer un punto de vista con fundamentos tanto histórico y social del municipio. A través de una entrevista se profundizará sobre varios temas y las variables causantes del problema y temas a enfocarse.

4.4 INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

INSTRUMENTO 1 (Encuesta)

El tipo de instrumento que se utilizó en San Juan Comalapa departamento de Chimaltenango, fue encuesta hecha con preguntas cerradas para resultados más precisos ya que se obtiene una mejor y mayor eficacia para la obtención de datos. Dicho cuestionario de encuesta estaba dirigido para los padres de familia ya que la información requerida no puede ser extraída de los maestros docentes de las instituciones.

Gran parte de la información requerida es conociendo las necesidades de las personas, por lo cual las encuestas serán de gran apoyo, la opinión de las personas afectas llevará a conclusiones más acertadas para el desempeño del proyecto.

Las preguntas serán cerradas, con dos o más opciones, pero no más de 3 opciones, esto facilitará que los encuestados respondan. Con esto se busca aclarar la situación de las personas afectadas y conocer sus necesidades. Esta encuesta va dirigida a los padres de familia que tienen hijos estudiando en las escuelas públicas.

- Tipo de instrumento: Cuestionario.
- Dirigido: Padres de familia.
- Tipo de pregunta: Cerrada.
- Objetivo del Instrumento: Profundizar sobre las causas del problema y tanto conocer como extraer la información necesaria para cumplir con los objetivos de investigación.

Se hizo una encuesta a Padres de Familia ya que es un método eficaz que permite obtener información completa a través de un diálogo.

Instrumento 2 (Guía de Entrevista)

Es importante conocer las causas, el porque del abandono, las posibles proyecciones de las familias y niños afectados, las experiencias y el entorno social y educativo en el cual viven las personas, por eso se entrevistará a un experto del Ministerio de Educación ya que el además de conocer el tema podrá aportar datos importantes de previos estudios.

1. Tipo de instrumento: Entrevista.
2. Dirigido: Edgar Leonel Simón (MINEDUC)
3. Tipo de pregunta: Abierta.
4. Objetivo del Instrumento: Extraer la información necesaria para cumplir con los objetivos de investigación y así tener un amplio conocimiento de las causas y posibles proyecciones como puntos de vista profesional.

Gráfica 6

División de los Municipios en Chimaltenango y su respectiva población.



Fuente: <http://www.inforpressca.com/sanjuancomalapa/demografia.php>

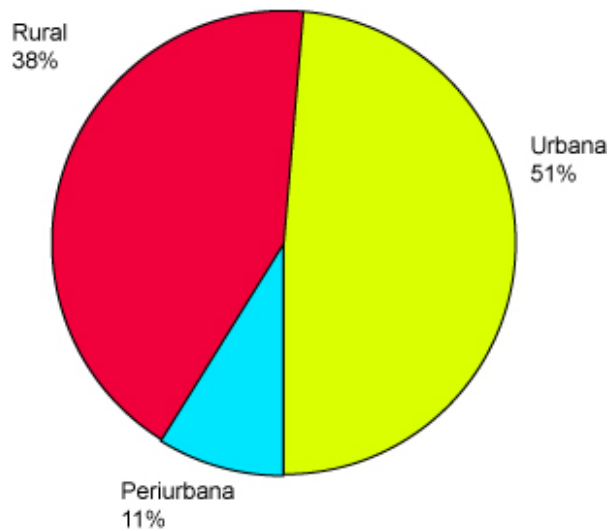
Tabla 1
Habitantes San Juan Comalapa

HABITANTES DE SAN JUAN COMALAPA	
Área	Habitantes
Urbana	20,04
Periurbana	4,375
Rural	14,953
Total	39,375

Fuente: <http://www.inforpressca.com/sanjuancomalapa/demografia.php>

Población por Áreas

Gráfica 2
Población por áreas.



Fuente. MINEDUC Comalapa.

Tabla 2
Información escolar

CICLO ¹⁰	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
PAIN	92 9	6	188
PÁRVULOS	105	130	235
PREPRIMARIA BILINGÜE 2	02 1	92 3	94
PRIMARIA 2	,891 2	,651 5	,542
BÁSICO	608	509	1,117

Fórmula para la Muestra

$$n = \frac{0.25N}{\left(\frac{\alpha}{z}\right)^2 (N - 1) + 0.25}$$

Fig. 8

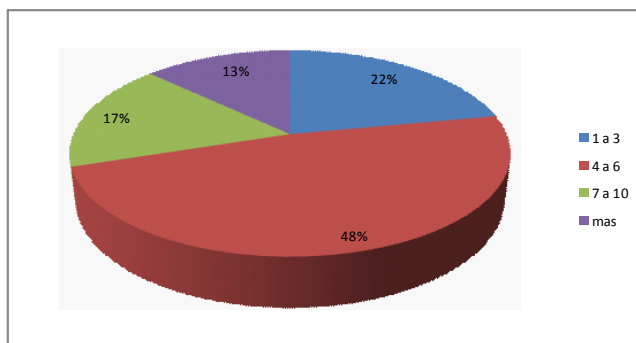
Formula para sacar la muestra.

4.5 ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

La información requerida fue extraída de los padres de familia de dicha cantidad de estudiantes, ya que es el resultado de la Muestra el necesario para sacar información útil.

A continuación se presentan las preguntas realizadas en las encuestas efectuadas al grupo objetivo, seguidas de sus resultados y análisis del mismo.

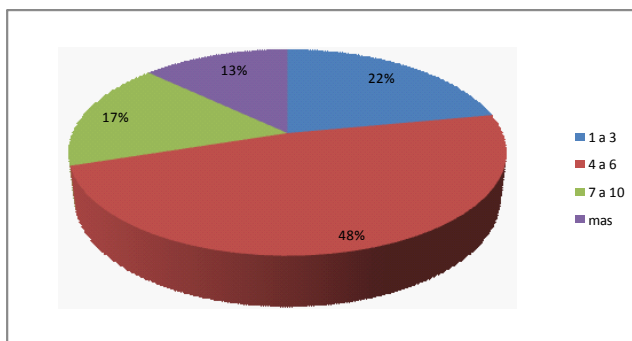
GRÁFICA 1. ¿Cuántos hijos tiene?



Fuente: Propia

Se identificó que la mayoría de las personas tiene un promedio de 5 hijos, lo cual es bastante, incluso para una familia de nivel socio económico medio mantener, alimentar y brindar apoyo económico. Por lo cual es evidente la necesidad de la ayuda de mano de obra en la agricultura u otras áreas de trabajo.

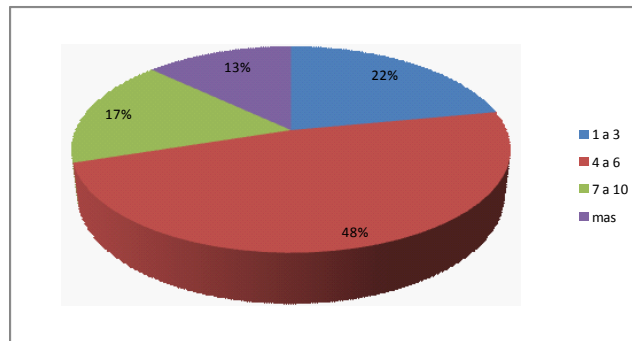
GRÁFICA 2. ¿Sabe lo que es deserción escolar?



Fuente: Propia

Es evidente el desconocimiento del término, el cual es importante ya que es la palabra central del problema hay que buscar la vía de hacérselas conocer o presentarla de una manera más fácil para el grupo objetivo y así evitar confusiones.

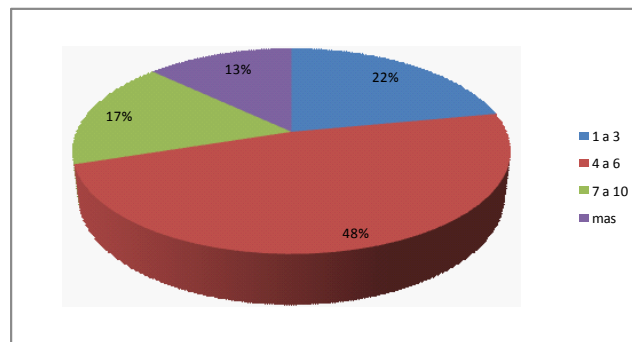
GRÁFICA 3. ¿Sus hijos estudian en escuelas públicas o privadas?



Fuente: Propia

El desempeño de las escuelas es básico y según el problema esto delimita más a los niños estudiantes en escuelas públicas.

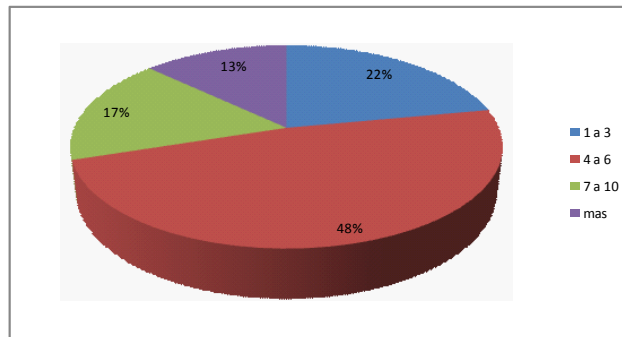
GRÁFICA 4. ¿Quiénes permanecen más tiempo en la escuela?



Fuente: Propia

Se pudo concluir que hoy en día todavía hay ciertas costumbres en la educación lo cual no permite que la mujer pueda progresar en sus estudios, debido que a los 15 años ya cuentan con una familia les limita la oportunidad a asistir a la escuela ya que se dedica a su familia y el hogar.

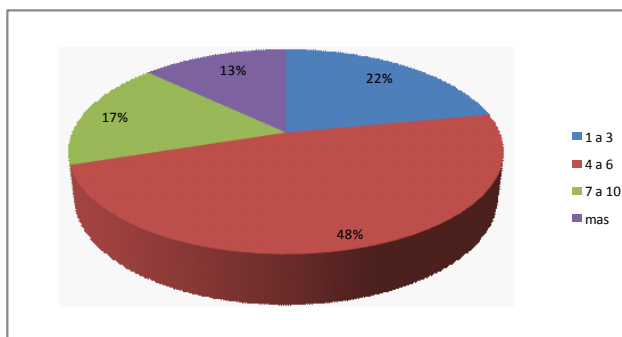
GRÁFICA 5. ¿Sus hijos ayudan en los que haces del hogar o en el trabajo?



Fuente: Propia

La mayoría de los hijos ayudan o cooperan con el trabajo de la casa, lo cual les resta tiempo para sus deberes y tiempo de ocio.

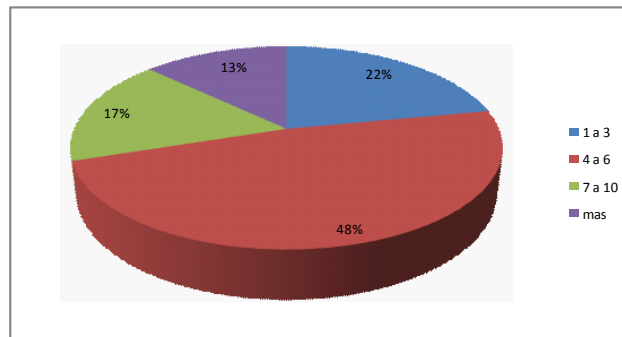
GRÁFICA 6. ¿Quiénes deciden si estudian?



Fuente: Propia

Los padres de familia son los que tiene la última palabra a la hora de este tipo de decisiones, por lo cual ellos son los que comúnmente consciente el abandono escolar, sin tener argumentos como para presentárselos a sus hijos.

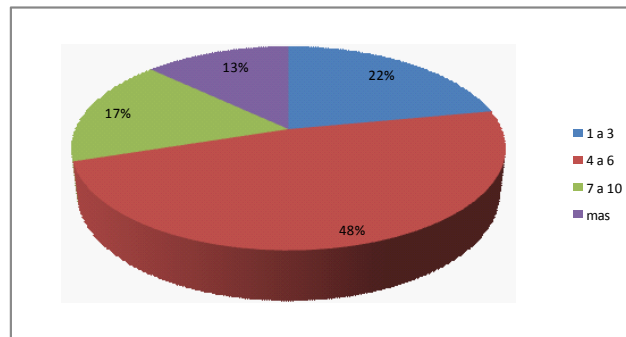
GRÁFICA 7. ¿Razones del abandono escolar?



Fuente: Propia

El mayor problema de estos niños es la escases de recursos económicos por lo cual es una necesidad el trabajo que dificulta la toma de decisiones ya que primero va el alimento.

GRÁFICA 8. ¿A qué nivel dejan de estudiar sus hijos?



Fuente: Propia

La mayoría de los niños se conforman con saber escribir y leer, de esa manera ya son capaces de conseguir un trabajo en el cual puedan desarrollarse.

Entrevista (Edgar Leonel Simón, Coordinador de Educación, MINEDUC)

1. Es evidente la falta de interés de parte de la comunidad o de la sociedad para ser continuo en los estudios, no es una base necesaria desde el punto de vista de padres y estudiantes, sin embargo los padres desean que sus hijos continúen estudiando pero la necesidad de ayuda en el trabajo es primordial por lo cual solicitan su ayuda y es ahí en donde los niños descuidan el estudio.
2. Lo conocen sin embargo no conocen sus consecuencias o no le dan la atención necesaria que requiere el tema. Al cono interesarse en el, no buscan posibles soluciones.
3. ¿Han habido programas que capaciten a las personas sobre dicho problema?
4. ¿Qué posibilidades hay en las personas que abandonan a que regresen el siguiente año?
5. ¿Cuáles son las proyecciones de las personas, ante los estudios?
6. ¿Punto de vista de los padres de familia para con sus hijos?
7. ¿Qué tanta responsabilidad manejan en cuanto a sus decisiones (de los hijos)?

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Se identificó que en el área de estudios primarios sólo 3 de cada 10 niños progresan en los grados escolares, esto debido a sus prioridades y la responsabilidad que les ponen los padres, de trabajar cierta parte de las tierras para cooperar económicamente al hogar.

Las deficiencias en los Centros de Educación Pública y el sistema escolar no permiten que los niños reciban una buena educación como para motivar la perseverancia y alcanzar grados bachilleres, a nivel primario se permiten las inscripciones en marzo lo cual hace que los niños pierdan clases y se acomoden.

CONCLUSIONES

Como resultado de la información analizada, se puede concluir que: Al identificar como mayor causa de la deserción, la necesidad de trabajar a temprana edad, se puede conocer de dónde proviene el problema, sin embargo es importante tomar en cuenta que el trabajo es una necesidad para ellos y su familia y en muchos casos, esto no es una opción sino una obligación.

Como consecuencias del abandono escolar los niños se deben dedicar al trabajo rural para poder mantener a sus familias desde temprana edad esto les priva el derecho de desarrollo dentro de la sociedad, sin embargo ellos no lo ven como una privación de sus derechos, ellos comprenden la importancia de aportar económicamente para su supervivencia y la del resto de su familia.

En base a los conocimientos de un experto en cuanto a las opciones de los niños, aclaró que prefieren trabajar ya que para ellos son más importantes los ingresos. Esto se expone en el ciclo escolar ya que para los niños que trabajan o ayudan a su familia el ciclo escolar cuenta de 3 unidades y no de las 4 que son para el resto. Ésta es una opción buena desde el punto de vista de padres y estudiantes ya que les permite tener mas tiempo para trabajar, sin embargo esto causa que otros niños no vayan a estudiar sin estar trabajando, a esta edad, de nivel primario, es importante enseñarles disciplina para realizar sus diferentes actividades, esto solo perjudica al niño.

Los padres de familia son conscientes del problema, es importante enfatizar en la importancia y darles la información necesaria, ya que para ellos un niño de 8 a 12 años ya puede mantenerse, lo cual es algo difícil para la comprensión de ellos por su madurez.

RECOMENDACIONES

Debido a lo anterior se puede recomendar que:

Se recomienda crear un material informativo que hable de la importancia de los estudios primarios y de cómo el trabajo a temprana edad es una solución temporal.

Es importante trabajar una campaña informativa que comunique de una manera persuasiva a los padres de familia sobre las consecuencias de la deserción escolar de tal manera evitar que los niños deserten a los estudios a temprana edad.

Se recomienda crear una comunicación en la cual se les explique a las persona afectadas, en este caso, a los niños que cursan el nivel primario de escolaridad de cómo y porque deben darle mayor importancia al estudio.

Se recomienda comunicar directamente y hacerle conocer las consecuencias a los afectados, en este caso, directamente a los niños como a los padres de familia, ellos conocen la importancia sin embargo no le dan la prioridad que es requerida para el caso.

5. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Luego de realizar la investigación del problema, “Las consecuencias de la deserción escolar a nivel primario del municipio de San Juan Comalapa, Chimaltenango”, se llevó a cabo la estrategia de comunicación la cual busca encontrar la propuesta gráfica ideal para ofrecer una solución al problema.

A continuación se muestran las diferentes etapas del proceso, en las cuales está el concepto y como se llegó a él y la propuesta.

6. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE DISEÑO

En base al trabajo de investigación realizado se definió que la mayoría de las familias de la comunidad rural de San Juan Comalapa, Chimaltenango, no tienen el conocimiento adecuado del problema y las consecuencias de la deserción escolar. Tampoco le dan la prioridad debida a la necesidad de estudios ya que tienen que trabajar. Los niños desde pequeños se vuelven independientes por lo que ellos son responsables de sus decisiones para su futuro inmediato, lo cual implica darle importancia a los ingresos económicos.

Por lo tanto en base a lo anterior se define como problema de diseño que los padres de familia de San Juan Comalapa, no cuentan con la información necesaria que les dé a conocer la importancia de las consecuencias de la deserción escolar en la vida de sus hijos.

6.1. OBJETIVOS DE DISEÑO

Proponer una campaña informativa para los padres de familia de la comunidad rural de San Juan Comalapa, Chimaltenango para que conozcan las consecuencias de la deserción escolar en los niveles primarios y de cómo ésta afecta a sus hijos y su familia.

6.2. DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

6.2.1 DESCRIPCIÓN DEMOGRÁFICA:

Padres de familia de 20 a 30 años, quienes cuentan con hijos desde 5 hasta 15 años que cursan en el nivel primario en escuelas de San Juan Comalapa, Chimaltenango.

Esto representa un 74.32% de los estudiantes es por eso que es aquí donde se concentra la mayor parte de los niños que pueden ser afectados por la deserción al no continuar después del nivel primario. Un 97% es maya y el 3% es ladino pero hablan español y diferentes lenguas de la comunidad. Es una sociedad mayormente joven ya que más del 40% de los habitantes están por debajo de los 14 años. Se acostumbra que las uar después del nivel primario. Un 97% es maya y el 3% es ladino pero hablan español y diferentes lenguas de la comunidad. Es una sociedad mayormente joven ya que más del 40% de los habitantes están por debajo de los 14 años. Se acostumbra que las mujeres a esa edad ya tengan una familia y trabajen o se dediquen para mantener un hogar.

Las familias llegan a tener un total de 4 a 7 hijos dependiendo el área en la que habitan siendo mayor el número en el área rural que en la urbana. Viven cerca de su área de trabajo, es difícil la comunicación y el desplazamiento por falta de carreteras, sin embargo esto no es impedimento para llegar al área urbana que es donde se concentra el comercio.¹²

Su economía se basa en la agricultura mayormente, sin embargo existen otros medios para generar dinero. El comercio en el área urbana crece de forma impresionante, tiendas de abarrotes, librerías, y demás negocios han proliferado en la ciudad, la reciente apertura de un supermercado y la gran población de Tuc Tuc's constata el crecimiento comercial. Por otro lado, la prestación de servicios no es del todo eficiente en el casco urbano, menos aun en el área rural. El servicio de agua es muy irregular, irónicamente en Comalapa se encuentra el nacimiento de agua que abastece a gran parte de la ciudad capital.

12 Ref. Mayor acceso, San Juan Comalapa, Chimaltenango. Guatemala. ISBN [en línea]. Disponible en: <<http://www.inforpressca.com/sanjuancomalapa/demografía.php>> [Consulta: 2009/4/5].

- Agrícola: Se dedican al cultivo de maíz, frijol, fresa, haba, arveja china, brócoli y a la siembra de flores como gladiolas, claveles, rosas y otras, como muestra basta con visitar su parque adornado de estas aromáticas flores.
- Pecuaria: Buena parte de su población dedicada a la crianza de ganado bovino.
- Artesanías: Se dedican a la elaboración de figuras de venados, chivos, trineos, además de estrellas, faroles, etcétera. Utilizan hojas de mazorcas, alambres, chiriviscos, barniz, fibras, piezas de madera y otros materiales. Además, los y las comalapenses se dedican a la promoción de los artistas primitivistas y el sector textil artesanal: monederos güipiles, chalecos, chumpas etcétera.

6.2.2 DESCRIPCIÓN ANTROPOLÓGICA: ¹³

El grupo objetivo cuenta con ciertas actividades que comúnmente realizan en sus tiempos libres: fiestas con motivos familiares viajan al centro urbano, fiestas religiosas y comunales, en los que nunca faltan los cohetillos y bombas voladoras, donde disfrutan de comida típica como tamales con caldo de res y en algunas ocasiones carne guisada o un estofado respectivo todo esto acompañado de la familia y música.

Es también común encontrar a la mayoría de las personas en este caso mujeres los días martes, viernes y domingo que se encuentra la mayor parte de la población en la zona urbana ya que son días de mercado y domingo es el día de descanso en el que acostumbran a salir y descansar.

¹³ Ref. Mayor acceso, San Juan Comalapa, Chimaltenango. Guatemala. ISBN [en línea]. Disponible en: < <http://serproic.atwebpages.com/SAN%20JUAN%20COMALAPA.htm> > [Consulta: 2009/4/5].

6.3. CLIENTE

6.3.1 DESCRIPCIÓN DEL CLIENTE

El Proyecto se desarrollará a través del Ministerio de Educación del Municipio de San Juan Comalapa en Chimaltenango, el cual se encarga de todas las escuelas del área urbana y rural tanto públicas como privadas y las áreas de educación del departamento. Es una institución gubernamental al servicio de los habitantes y familias.

El Ministerio de Educación vela por el sistema educativo del país para poder brindar a todas las familias la posibilidad de estudiar y así progresar, también de organizar las diferentes estrategias de estudios públicos, como leyes y normas estudiantiles para favorecer a las familias guatemaltecas.

Misión

“Somos una Institución evolutiva, organizada, eficiente y eficaz, generadora de oportunidades de enseñanza-aprendizaje, orientada a resultados, que aprovecha diligentemente las oportunidades que el siglo XXI le brinda y comprometida con una Guatemala mejor.”¹⁴

Visión

“Ciudadanos con carácter, capaces de aprender por sí mismos, orgullosos de ser guatemaltecos, empeñados en conseguir su desarrollo integral, con principios, valores y convicciones que fundamentan su conducta.”

14 Ref. MINEDUC. Ministerio de Educación, Guatemala. ISBN [en línea]. Disponible en: < <http://www.mineduc.gov.gt/default.asp?seccion=564> > [Consulta: 2009/4/5].

6.3.2 IDENTIDAD GRÁFICA ACTUAL

Actualmente el Ministerio de Educación trabaja con una franja que es colocada en el área inferior de todos los materiales gráficos como firma del gobierno con dos logotipos, uno del proyecto del Gobierno y otro el escudo nacional. Entre franjas con tonos azules. Es una norma utilizarlo en la parte de abajo en cualquier material.



Fuente: MINEDUC

Fig. 9

Identidad Gráfica Piezas.

6.3.3. POSICIONAMIENTO

El Ministerio de Educación es conocido alrededor del país por los beneficios que prestan, para que sus hijos puedan asistir a la escuela y así obtener una educación. Son los encargados de organizar las jornadas de estudios como las planificaciones del año.

Es una entidad pública al servicio del guatemalteco para brindar educación, también establecimientos acordes y docentes profesionales. Es por ello que el Ministerio de Educación cuenta con el personal y preparación para poder servir acordemente a las necesidades de cada estudiante.

6.3.4. Recursos financieros

El Ministerio de Educación es apoyado con fondos del gobierno, cierta parte de los ingresos del gobierno van dirigidos exclusivamente para ellos para poder disponer de las necesidades requeridas.

También se obtiene cooperación Internacional:

1. Identificación y registro de fuentes internacionales de cooperación bilateral y multilateral, que apoyan proyectos de interés para el sistema educativo nacional.
2. Mantenimiento de un registro actualizado de las Organizaciones Internacionales y agencias de cooperación, así como de los proyectos y actividades que desarrollan en el sector educativo nacional.
3. Difusión de políticas, estrategias, normas y procedimientos del Ministerio de Educación hacia las fuentes internacionales de cooperación.
4. Actualización permanente de mecanismos y procedimientos utilizados por las diversas fuentes de cooperación externa, para la presentación adecuada de solicitudes de apoyo a proyectos de interés para el Ministerio, ante los organismos internacionales y países amigos.
5. Identificación, análisis, coordinación y canalización hacia las fuentes de cooperación externa de las demandas priorizadas de recursos técnicos, y financieros para apoyar la ejecución de proyectos educativos.

6. Establecimiento y aplicación de procedimientos necesarios para gestionar, negociar y obtener los recursos de cooperación externa, necesarios para la ejecución de los proyectos de interés para el Ministerio de Educación.
7. Apoyo a las unidades ejecutoras en la implementación de los proyectos financiados con recursos externos.
8. Participación conjunta en actividades de cooperación externa, con el Ministerio de Relaciones Exteriores, SEGEPLAN, Ministerio de Finanzas Públicas, etc. Para fines de gestión oficial y planificación integral.
9. Formulación del programa de cooperación internacional, sobre la base de subprogramas y proyectos prioritarios para el sistema de educación nacional. Asesoramiento a las Dependencias del Ministerio en la formulación de los proyectos.
10. Reuniones de consulta con entidades de cooperación externa, para fortalecer la coordinación de actividades para la captación y gestión de fondos internacionales de apoyo para el Ministerio, y actualización sobre sus políticas de cooperación.
11. Mantenimiento de un registro actualizado de los proyectos en ejecución y gestión, creando sistemas adecuados de monitoreo y seguimiento de proyectos. Gestión, negociación y verificación del cumplimiento de las condiciones previas de la cooperación.
12. Otras funciones que en materia de cooperación internacional le sean asignadas por la Jefatura de la Unidad.

Cooperación Nacional:

1. Identificación y registro de las líneas de financiamiento provenientes de los fondos sociales de inversión y de otras fuentes nacionales de cooperación, que apoyan la ejecución de proyectos de interés para el sistema educativo nacional.
2. Mantenimiento de un registro actualizado de las organizaciones Gubernamentales, ONG's y Entidades Privadas, así como de los proyectos y actividades que se desarrollan en el sector educativo nacional.
3. Difusión de políticas, estrategias, normas y procedimientos del Ministerio de Educación hacia las instancias de cooperación nacional en el área educativa.
4. Identificación, mantenimiento y actualización permanente de mecanismos y procedimientos utilizados por las diversas fuentes de cooperación, para la presentación adecuada de solicitudes de apoyo a proyectos de interés del sector educativo nacional.
5. Identificación, análisis, coordinación y canalización hacia las fuentes de Cooperación Nacional, ONG's y Entidades Privadas de las demandas priorizadas de recursos técnicos, y financieros para apoyar la ejecución de proyectos educativos.
6. Coordinación con las Organizaciones no Gubernamentales que realizan actividades en el campo
7. Formulación del programa de cooperación nacional, sobre la base de subprogramas y proyectos prioritarios para el sistema de educación.

Asesoramiento a las Dependencias del Ministerio en la formulación de los proyectos.

8. Mantenimiento de un registro actualizado de los convenios para la gestión y ejecución de proyectos, creando sistemas adecuados de monitoreo y seguimiento de proyectos. Gestión, negociación y verificación del cumplimiento de las condiciones de los convenios de cooperación.

9. Supervisión, control y monitoreo de las entidades educativas subsidiadas por el Ministerio de Educación.

10. Otras funciones que en materia de cooperación nacional le sean asignadas por la Jefatura de la Unidad.

La Administración y las finanzas se encarga de:

1. Planificación y elaboración del presupuesto de la Unidad, conjuntamente con la Coordinación de la Unidad, y en consulta con los funcionarios de la Unidad. Ejecución del presupuesto.

2. Efectuar y realizar el manejo financiero y de cuentas de la Unidad, tramitar pagos de adquisiciones; entrega de informes contables y de auditoría.

3. Sistematizar los procesos de cotización, compra, almacenamiento, control y suministro permanente de los recursos físico-materiales de la Unidad, para su normal funcionamiento.

4. Mantener actualizado el sistema contable de la Unidad, en consulta y aprobación de la Coordinación e instancias respectivas.
5. Sistematizar el control, funcionamiento y reembolsos del Fondo Rotativo de la Unidad.
6. Aplicación apropiada de los procedimientos para la elaboración y control de los inventarios, equipos y materiales de la Unidad; elaborar las tarjetas de responsabilidad y velar por el buen uso del equipo y mobiliario.
7. Dar seguimiento permanente al estado, condiciones de funcionamiento y operación efectiva de los equipos de la Unidad, tales como: computadoras, impresoras, fotocopadoras, proyectores, etc.
8. Garantizar la eficiente asistencia administrativa, secretarial y de servicios a la Coordinación y al personal técnico de la Unidad.
9. Verificar el cumplimiento y desarrollo de las actividades de mensajería y limpieza de las instalaciones.
10. Presentar oportunamente a la Coordinación de la Unidad, informes financieros periódicos para así poder tomar las medidas oportunas, efectivas y correctivas necesarias.
11. Otras que en materia de administración financiera le sean asignadas por la Jefatura de la Unidad.

6.3.5 ÁREA DE COBERTURA ¹⁵

El Ministerio de Educación cubre varias áreas del país, no sólo la capital sino también el interior del mismo, como por ejemplo:

- San Juan Comalapa, Chimaltengo.

Donde se encuentra la división con la cual se trabajará.

¹⁵ Ref. MINEDUC. Ministerio de Educación, Guatemala. ISBN [en línea]. Disponible en: < http://www.mineduc.gob.gt/administracion/dependencias/centrales/uconime/uconime_directorio.htm > [Consulta: 2009/4/5].

7. CONCEPTUALIZACIÓN

Para poder llegar al concepto a utilizar en la propuesta gráfica que refleje los objetivos de la misma y de una manera adecuada para el grupo objetivo, se realizaron los siguientes ejercicios. A continuación se encuentran:

- Lluvia de ideas, es el listado de palabras claves en relación al tema dentro de ellas se escogieron parejas para crear diferentes conceptos.
- Relación forzada, es un listado de palabras, de la cual se inicia con una palabra clave seguida de varias una tras otra hasta llegar a la última y conceptualizar con esa.
- Lo más cercano y lo más lejano, es un listado de dos columnas o más, en las cuales una se desarrolla con temas relacionados al título y la otra con temas al azar, de esa manera unir una palabra de cada lista para encontrar un concepto el cual parta de dos variables, una relacionada y otra que no este relacionada al principio.

7.1. LLUVIA DE IDEAS

La lluvia de ideas se trabajó en base a los resultados deseados, por lo que se decidió recurrir a la lluvia de ideas que se presenta a continuación. La lista de palabras fueron escogidas según su relación con el tema y con los objetivos antes planteados.

Educación	Niños	Deserción
Primaria	Jóvenes	Abandono
Aulas	Jugar	Renuncia
Maestros	Ingenuos	Tirar la toalla
Pizarrón	Frescos	Desanimo
Cuaderno	Mentalidad	Frustración
Lápiz	Inmaduros	Dudas
Conocimiento	Pequeños	Decisión
Saber	Prioridades	Desidia
Leer	Inquietos	Holgazán
Escribir	Energía	Pereza
Alfabetismo	Futuro	Ignorancia
Enseñar	Intereses	Decisión
Aprender	Travesura	Oportunidad
Progreso	Juegos	Problema
Beneficio	Saltar	Atraso
Superación	Activos	Negativo
Crecimiento	Hijos	Sociedad
Positivo	Edad	Necesidades
Mejor	Primaria	Poca importancia
Matutino		Dudas
Vespertino		Economía
Estudiar		Dinero
Ayuda		Siembra
Desarrollo		
Oportunidades		
Vida		
Información		
Pensar		
Futuro		
Calidad de vida		

Fuente: propia.

Fig. 10

Tabla: Lluvia de Ideas.

Palabras clave:

Progreso, Beneficio, Interés, Travesura, Duda, Decisión, Negativo, Oportunidad, Futuro, Niño, Jugar, Calidad, Siembra

Elección de palabras claves:

- Futuro – Siembra – Decisión - Niño:

Estudiar ayuda al futuro de tus hijos.

Estudiar es una buena decisión para el futuro.

Haz de hoy el futuro de tus hijos.

Soluciona el beneficio del futuro.

Guía el futuro de tus hijos.

- Oportunidad – Niño – Jugar:

No juegues con la oportunidad de tus hijos.

Tomar la oportunidad de la vida.

Las oportunidades de tus hijos no son un juego.

- Educación – Vida - Calidad:

La educación es calidad.

Mejora tu vida con la educación.

- Educación – Siembra - Futuro:

oGuía el futuro de tus hijos.

Es una frase que habla directamente al grupo objetivo y acota al hijo, el cual es el afectado. Habla del futuro lo cual es bueno ya que se busca cambiar el presente con dicha campaña.

o Siembra el futuro de tus hijos.

Esta frase utiliza la palabra “siembra” la cual es común dentro de la comunidad y tanto los padres de familia como los niños están familiarizados con ella, se habla de un tema que es conocido por ellos lo cual puede favorecer para su interés.

o Una buena siembra es una buena cosecha.

Esta frase utiliza al igual que la anterior tiene palabras con las cuales están familiarizados, sin embargo, está hablando de agricultura y no entra en ningún momento el tema de la educación.

Elección Final:

o Siembra el futuro de tus hijos.

Se extrajo de la lluvia de ideas, varias palabras de las cuales surgió esta frase para el concepto, ésta envuelve el objetivo que se quiere comunicar en la campaña, las decisiones en la vida de los niños será el resultado en su futuro y es lo que se desea cambiar. La educación es el progreso de los niños y está en contra de la deserción.

7.2. RELACIÓN FORZADA

Educación – Cambio – Palanca – Sube – Helio – Flota – Salvavidas – Vacuna – Escudo – Fuerte – Gimnasio – Saludable – Vitaminas - Completo – Cima – Congelado – Polo – Punta – Principio – Creación – Vida

Utilizar el Sentido de vida.

- Estudiar les dará vida.
- Tener conocimiento da vida.
- Llena su vida de sabiduría.

- Estudia y vive al máximo.
- Aprende a vivir.
- Aprendiendo de la mano.
- Una mano al estudio.
- Dale una mano al estudio.
- Échale una mano con el estudio.
- Demasiada corta para desperdiciarla.
- Estudia, trabaja y vive.
- Vive, trabaja y estudia.

“Estudiar les dará vida.”

Es una frase que compara la importancia de la vida y de cómo el estudio puede cambiar el rumbo de la vida. La vida de los niños es llena de energía sin embargo en el trabajo y los trabajos en el campo pueden hacerles ver la vida de otra manera por eso esta frase se enfoca en devolverle esa vida a los niños, la energía y gracia que los caracteriza.

Deserción – Irse – Viaje – Parranda – Desvelo – Bailar – Pareja – Compromiso – Deseo – Genio – Inventa – Descubrimiento – América – Zero – Medio – Ombligo

- Estudiar es como el alimento para el cerebro.
- Estudiar es como alimentarse.
- Estudiar es crecimiento.

- La conexión al estudio.
- Pásale lo bueno a tu hijo.
- Herencia de sabiduría.
- Conexión a la sabiduría.

“Estudiar es alimento.”

Esta frase es muy interesante, ya que el alimento se compara con una necesidad básica en la vida. Habla de cómo el estudio es importante en el desarrollo de la persona e indispensable.

Escuela – Espacio – Estrellas – Cine – Cámara – Lente – Reflejo – Espejo – Doble – Clon – Copia – Trampa – Atrapa – Telaraña – Pegajosa – Éxito – Hit – Avanza - Carrera

- Estudia para competir en la vida.
- Alcanzar la meta con el estudio.
- Es hora de estudiar.

“Alcanzar la meta con el estudio.”

Dicha frase habla de alcanzar las metas, lograr objetivos, trazar metas en la vida es bueno para el progreso. Con el estudio se abren las puertas por lo que será más fácil alcanzar los anhelos.

7.3. LO MÁS CERCANO Y LO MÁS LEJANO

Estudios	Lava
Desarrollo	Mar
Progreso	Agua pura
Superación	Bocinas
Mejorar	Verano
Estilo de vida	Clave
Saber	Sombrilla
Título	Tormenta
Experto	Tornillo
Trabajar	Llave

Agua pura:

Limpia
 Cristalina
 Líquido
 Oxígeno
 H₂O
 Refresca
 Húmeda
 Vital

Estudiar es vital para las personas.

Estudiar les abrirá puertas.

Estudiar es una necesidad.

Estudia para vivir.

Lo necesitas para vivir como el estudio para sobrevivir.

Tus hijos lo necesitan para vivir, como el estudio para sobrevivir.

Tus hijos viven, con el estudio sobreviven.

Dar sabiduría a tus hijos.

Herencia de sabiduría.

Concejo de sabiduría.

Eduquemos el mañana.

Eduquemos su futuro.

No a la deserción, si a la Educación

Esta frase habla de cómo es una necesidad para la persona, el estudio, de cómo con el estudio se puede vivir más y mejor. Esto hace que el estudio cumpla su función de mejorar el estilo de vida y por lo tanto ser constante en el estudio escolar.

Verano:

Calor

Playa

Arena

Broncear

Quema

Caliente

Seco

Piscina

No dejes que haya sequía en tu cabeza.

Hidrata a tus hijos con estudio.

Es algo con lo cual los niños que asisten a las escuelas y trabajan en el área rural, están relacionados y entienden fácilmente el término, por lo cual pueden hacer la relación.

Elección Final de Conceptos, las siguientes frases salieron de los ejercicios para conceptualizar:

- No a la deserción, si a la Educación
- Tus hijos viven, con el estudio sobreviven.
- Estudiar es alimento.
- Siembra el futuro de tus hijos.

7.4. FINAL

Elección Final:

“No a la deserción, el futuro es la Educación”.

Se unieron frases conceptuales para sacar ésta que es acorde a las necesidades de diseño que se realizarán.

Dicha frase habla del problema directamente y su solución, por lo cual es buena ya que se necesita partir de un mensaje claro para evitar confusiones. Es un mensaje positivo, que habla del futuro lo cual se busca cambiar. Es el reflejo de los objetivos de investigación.

Se habla del futuro de los niños, los cuales son los que tiene la oportunidad de cambiar y por consiguiente tener un mejor mañana si se preparan estudiando.

7.5. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA GRÁFICA

Tipo de Material Gráfico:

Se utilizará una campaña informativa de bien público ya que es la adecuada para este caso, el tiempo y los materiales que se recomiendan son directos, al grupo objetivo, lo cual beneficia la eficiencia del resultado esperado.

Las campañas informativas tienen como prioridad brindar datos importantes sobre aquello que se quiere comunicar, si es un producto, servicio o tema explica sus características, fórmulas de consumo, posibilidades de uso, beneficios, etc. Planteando así, sugerencias, información, opciones, etc.

La campaña informativa es también, en este caso, de Bien Público. Su objetivo es concientizar a la población con respecto a un determinado tema social o problema. Se caracteriza por ser específica, según su área y duración, utiliza medios alternos según sea el caso, utiliza fotografías que muestren el problema y el tono más utilizado en esta campaña es la “esperanza”.

No solo se informará en la campaña, también se hará una concientización sobre el tema y se reflejará en la propuesta gráfica. Se va a desarrollar a través de un material informativo directo, distinguiendo así un fin principal que es comunicar la importancia de asistir a la escuela; mostrando así la relación causa-efecto entre la deserción y estudio.

7.6. DESCRIPCIÓN DE LAS PIEZAS

Para el desarrollo de la campaña informativa se realizarán 4 materiales gráficos, tomando en cuenta que el grupo objetivo vive en la comunidad de San Juan Comalapa, Chimaltenango, el cual está poblado por alrededor de 40 mil personas entre el área rural y urbana. Se tomó en cuenta a las personas afectadas e involucradas, en cuanto a nivel de escolaridad, lugares que frecuentan, días y hábitos para saber en donde encontrarlos.¹⁶

Se realizará:

- Trifoliar Informativo: Dará a conocer objetivamente la realidad y transmite información sin algún lenguaje afectivo, emotivo o estético. Es narrativo y su principal función es informar.
- Afiches: Tiene como propósito informar a las personas sobre las posibles soluciones y de cómo poner un plan de acción para evitar mayor deserción. Se utilizarán para hacer un recordatorio dentro del grupo objetivo.
- Anuncio de Radio: La radio se utilizará para difundir la campaña, la cual hablará de los factores más importantes a considerar y será una descripción de lo que se desea comunicar.
- Valla: Mostrará la imagen de la campaña y será un recordatorio de campaña en el cual se mostrará la imagen.

Contenido del Texto:

Se comunicarán las soluciones para evitar las consecuencias de la deserción, para además de informar impactar con la seriedad del tema, consejos de cómo evitar la deserción. Información sobre el Ministerio de Educación (logotipo).

¹⁶ Ref. Mayor acceso, San Juan Comalapa, Chimaltenango. Guatemala. ISBN [en línea]. Disponible en: <<http://www.inforpressca.com/sanjuancomalapa/demografía.php>> [Consulta: 2009/4/5].

Contenido

Gráfico:

Elementos Gráficos	Función	Tecnología E	xpresión
Color	Identificar el tema, llamar la atención del grupo objetivo.	Degradés, y colores planos. Colores con sus respectivos porcentajes. CMYK Colores utilizados por el Ministerio de Educación.	Confianza. Esperanza.
Imágenes	Muestran la realidad, le da el toque humano.	Dibujo de nivel medio abstracto, con formas y colores planos. Fotografías en caso de mostrar la realidad y añadirle soporte.	Identificación.
Diagramación	Organizar los elementos. Facilitar la lectura. Recorrido visual fácil.	Utilización de retículas. Jerarquía en cuanto a la información.	Orden. Seguridad.
Tipografía	Representativa del tema. Adecuada para el grupo objetivo.	Tipografías Palo Seco. Miscelanea ya sea el caso.	Entusiasmos. Informativa.
Soporte	Resistente según su lugar de colocación.	Opalina, coushe, no menor calibre de 12.	Calidad.

Fuente: propia.

Fig. 11

Tabla: Contenido Gráfico.

7.7. TONO DE COMUNICACIÓN

Se comunicará con un tono razonado, persuasivo y para crear conciencia en el tema, de esta manera incentivar a las personas del grupo objetivo a iniciar un cambio con sus hijos estudiantes de niveles primarios escolares. Se presentarán acciones en tiempo futuro, de esa manera presentar las posibles soluciones desde el momento en el que sea recibido para adelante por el grupo objetivo.

7.8. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Este proceso de bocetaje muestra la forma de cómo se trabajó cada elemento para las piezas gráficas, dicho procedimiento llevó varias etapas analíticas considerando al grupo objetivo, concepto y lo que se representa para llegar a una resolución óptima. Diferentes elementos se analizaron como por ejemplo, formas, colores, personajes, elementos, tipografías, etc.

Esto facilita al Diseñador Gráfico para estructurar la propuesta y así prevenir errores, analizando cada elemento utilizado, así mismo planteando todos los cuestionamientos que pudieran surgir.

A continuación se presentan las etapas realizadas en el proceso de bocetaje de las piezas para el material informativo de la deserción en los estudios primarios por necesidad de trabajo.

8. ETAPA 1 (CREACIÓN DE LA CAMPAÑA)

8.1. IDENTIFICADOR DE CAMPAÑA

El logotipo creado es un elemento muy importante con el cual se dio nombre a la campaña e imagen. El logotipo integrará cada pieza de tal que el grupo objetivo reconozca las piezas y las relacione entre sí.

Se realizó un proceso de bocetaje de logotipo, partiendo del concepto de campaña. El logotipo creado tiene un nivel de abstracción medio el cual facilita su identificación y reconocimiento, debe ser reducible sin que pierda la forma e identificación visual considerando también que debe ir sobre un fondo plano.

El grupo objetivo está muy relacionado con el trabajo de campo, es por ello que se utilizaron iconos básicos por el conocimiento de ellos. El concepto está basado en las proyecciones y el futuro por lo que es utilizado un amanecer como un nuevo día. De aquí parte la creación del nombre:

“Un nuevo amanecer, algo nuevo que aprender.”

Dicho nombre está apegado al concepto sin embargo fue importante reducirlo a menos palabras por lo que se llegó al siguiente nombre, el cual es la elección final:

“Amanecer aprendiendo.”

Se refiere a un nuevo día, a un cambio de página en la vida, se utilizó el sol como símbolo de:

- Voluntad para conseguir algo.
- El saber.
- Llama la atención por su superioridad.
- Vital, la vida gira alrededor de él.
- Llamativo.

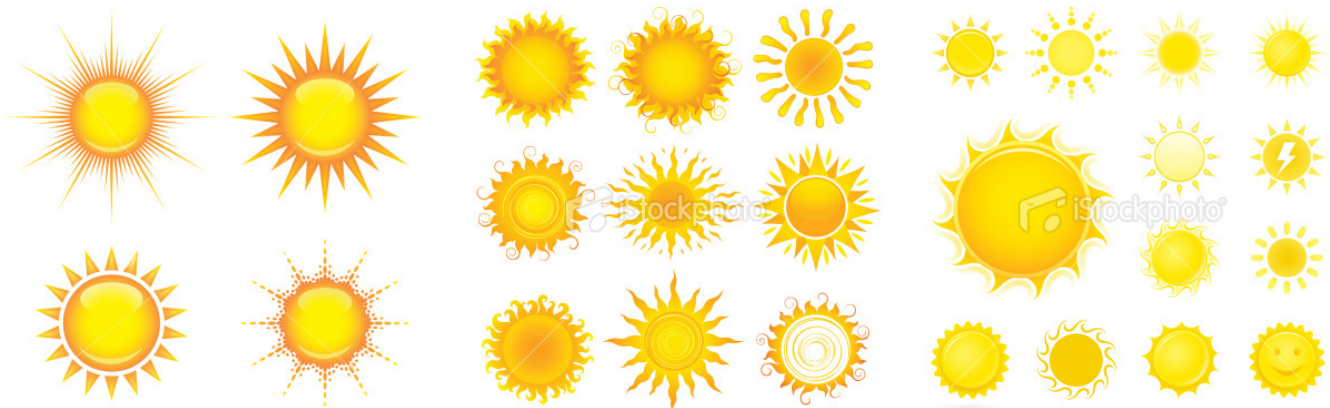
No se utilizó como personaje ya que esta no es su función principal, se empleó un nivel de abstracción en el cual las figuras sean geométricas, a la vez utilizando los colores predeterminados para que sea entendible.

Se exploraron las diferentes opciones de cómo podría ser el sol a utilizar ya que es un elemento muy importante en el identificador.

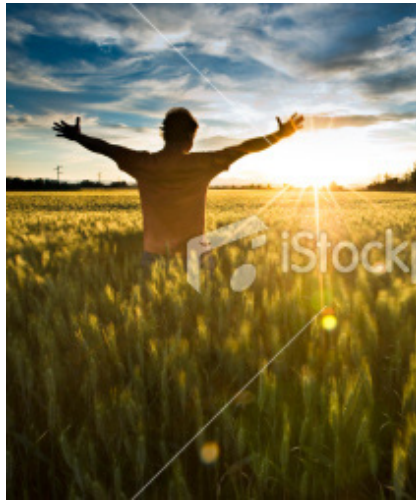
Fotografía (referencias: istockphoto)

Elemento: Sol

Se utilizaron fotos stock para tener una referencia de las imágenes como signos representativos para formar el logotipo, esta opción se utilizó para tener una visión real de lo que se quiso plasmar, el amanecer. A partir de tener una imagen clara manejada bajo el concepto se tomó la decisión de ilustrar y vectorizar.



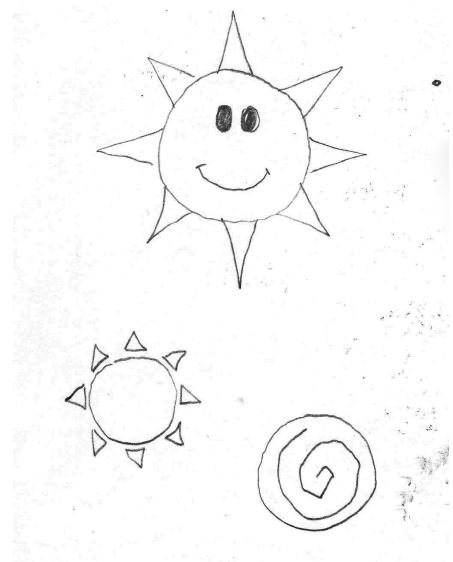
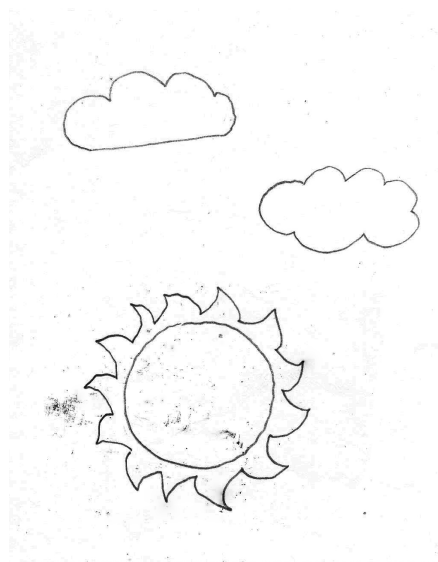
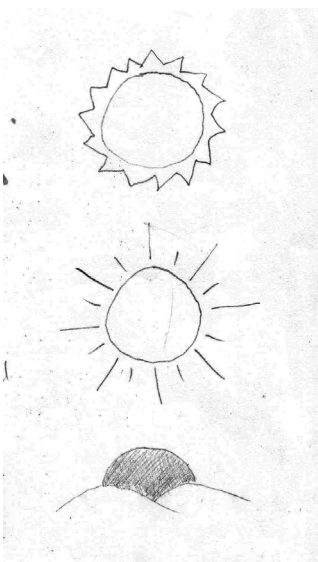
Fuente: IstockPhoto



Fuente: IstockPhoto

Caracterización: Sol

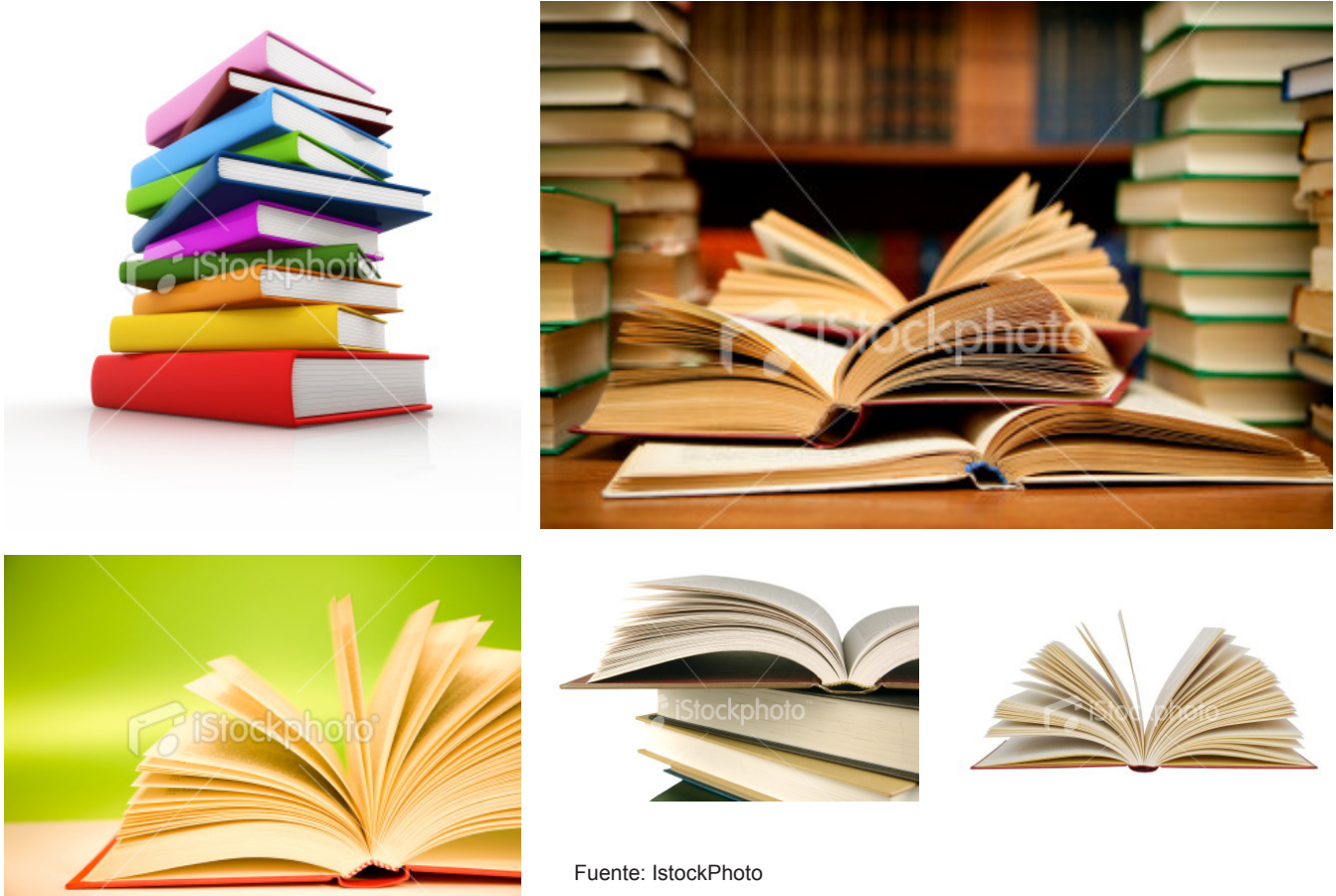
En este proceso se muestra cómo se partió de lo real a la ilustración con un nivel medio de abstracción, dándole así un carácter. Por lo que se utilizaron diferentes formas de expresiones en cuanto a forma.



El siguiente elemento a utilizar es el libro, el cual es una pieza importante ya que es el símbolo que le dará otro sentido a la imagen, un libro abierto.

Fotografía

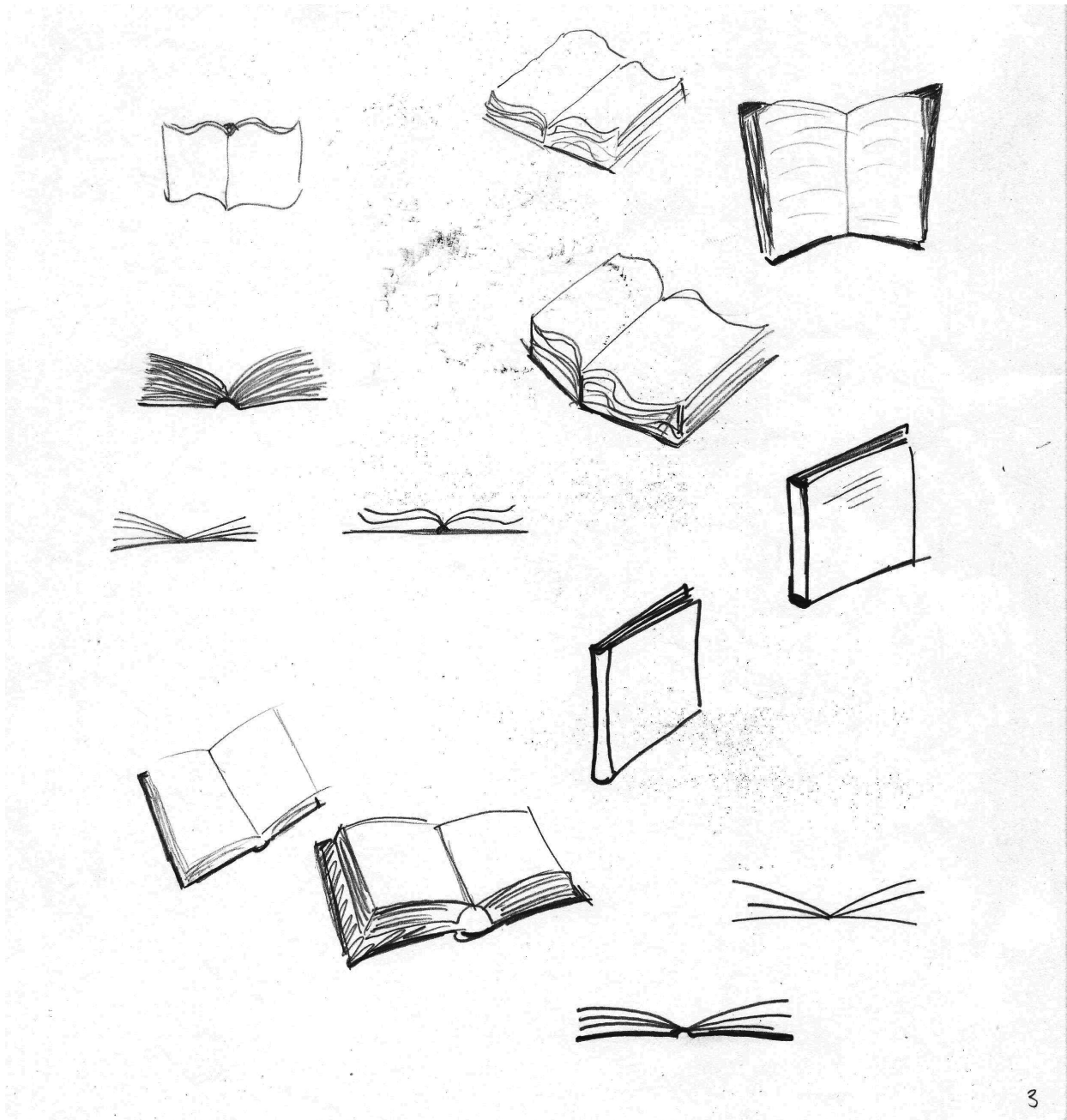
Elemento: Libro



De igual manera se estudió la manera de como la fotografía capta un libro abierto, para posteriormente darle el sentido de montañas y libros al mismo tiempo, de esta manera atar ambas palabras claves a utilizar en el logotipo.

Caracterización: Libro

Se exploraron diferentes opciones y posiciones de libro, para encontrar la mejor manera de representarlo. Un libro abierto se representará como un nuevo amanecer, una opción para la vida e incluso un cambio de página, para llevar la vida de los niños por un buen rumbo.



El libro abierto se utilizará para la representación de dos elementos importantes, el cual es una montaña, lo cual ayudara a dar énfasis en varias cosas, como el amanecer, el trabajo de campo, esto es de fácil identificación para el grupo objetivo.

Fotografía

Elemento: Amanecer logotipo

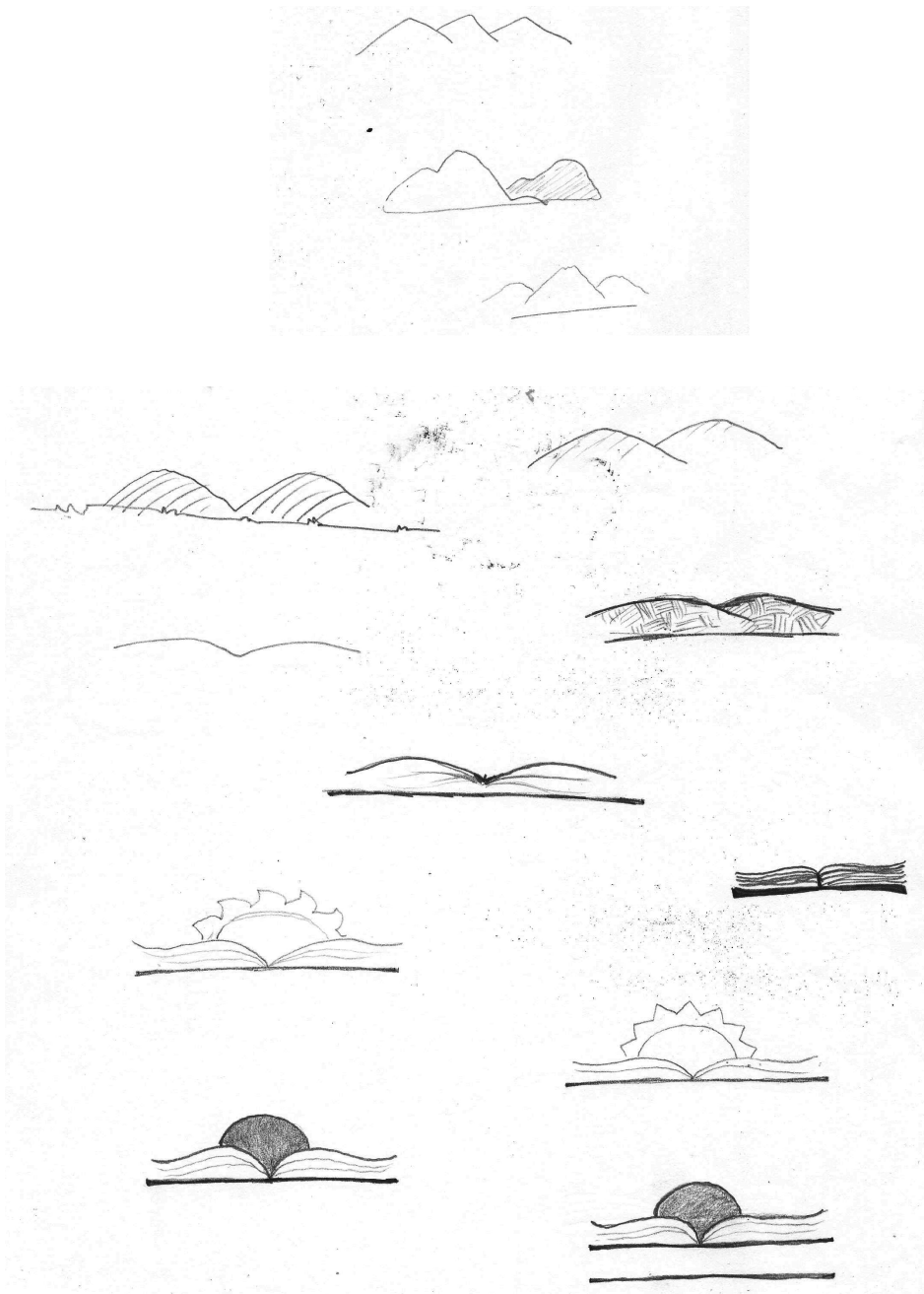


Se utilizaron fotos stock para la referencia, de igual manera para representar el amanecer en las montañas, así tener una idea e imagen real de las mismas.

Fuente: IstockPhoto

Se tomaron fotos en San Juan Comalapa, Chimaltenango y así conocer como son las montañas en las que trabajan siembras. Aquí se puede evidenciar las formas, tonos y entorno en el cual el grupo objetivo se encuentra y los niños afectados.

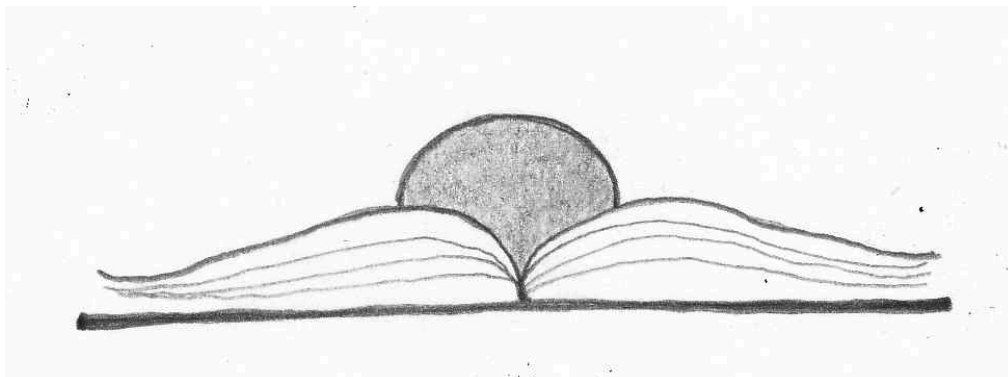
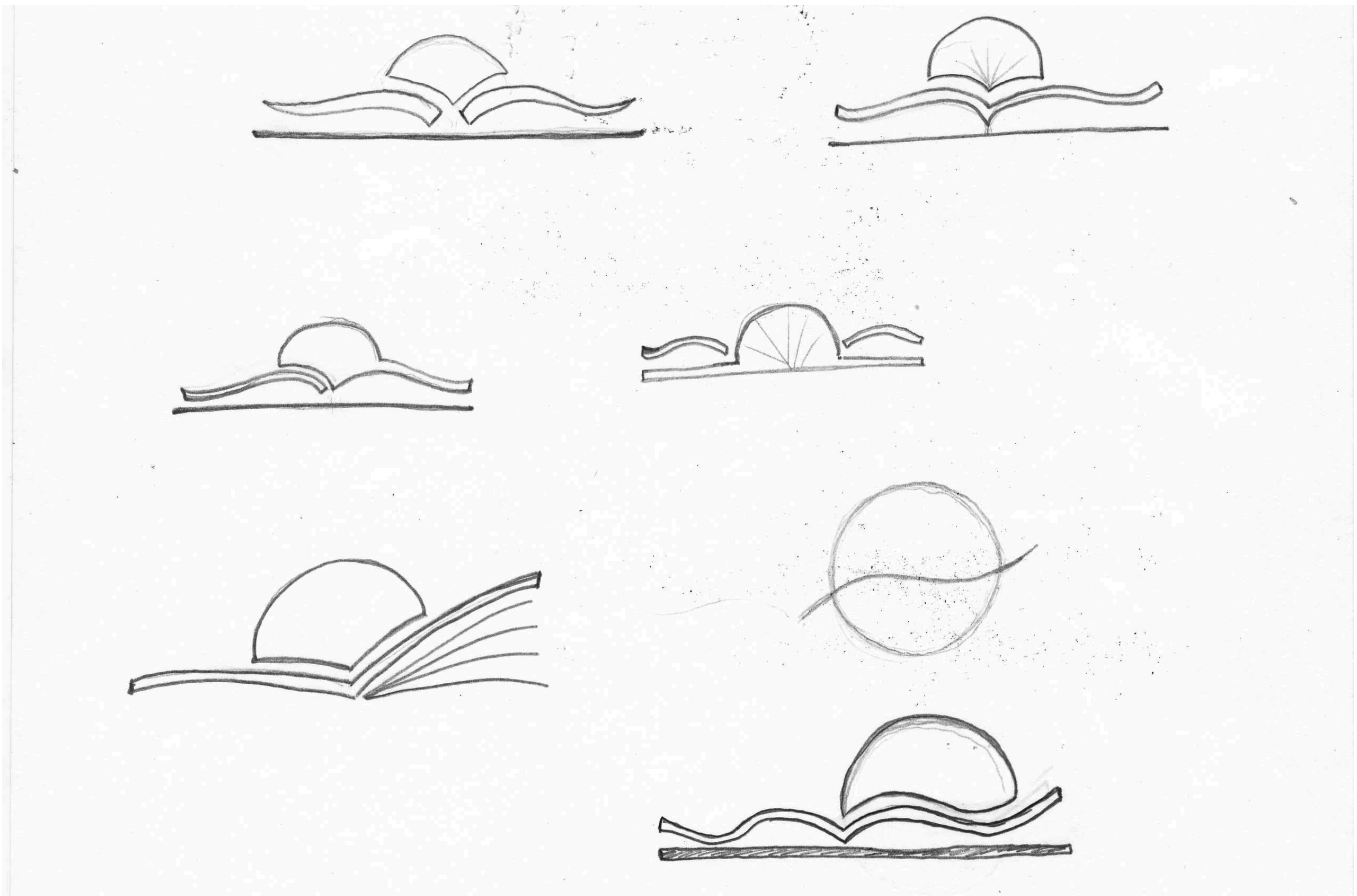
Al tener clara la forma de las montañas/libro que se iba a utilizar, se partio en unir los elementos necesarios para el logotipo. Básicamente se trabajó con 3 signos importantes, que dan la partida a la campaña, lo que es el sol/amanecer, montañas y libro.



Fuente: Propia.

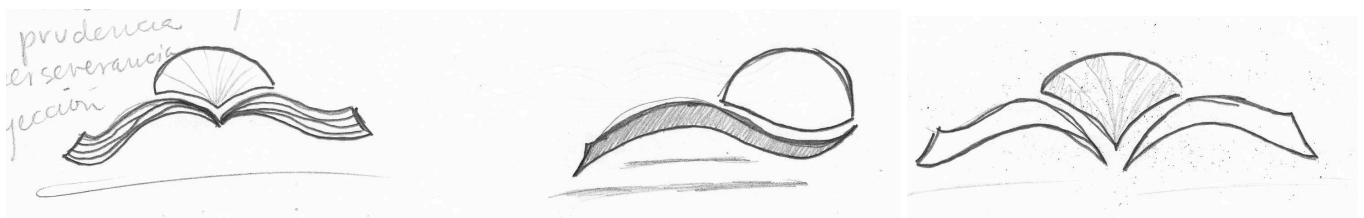
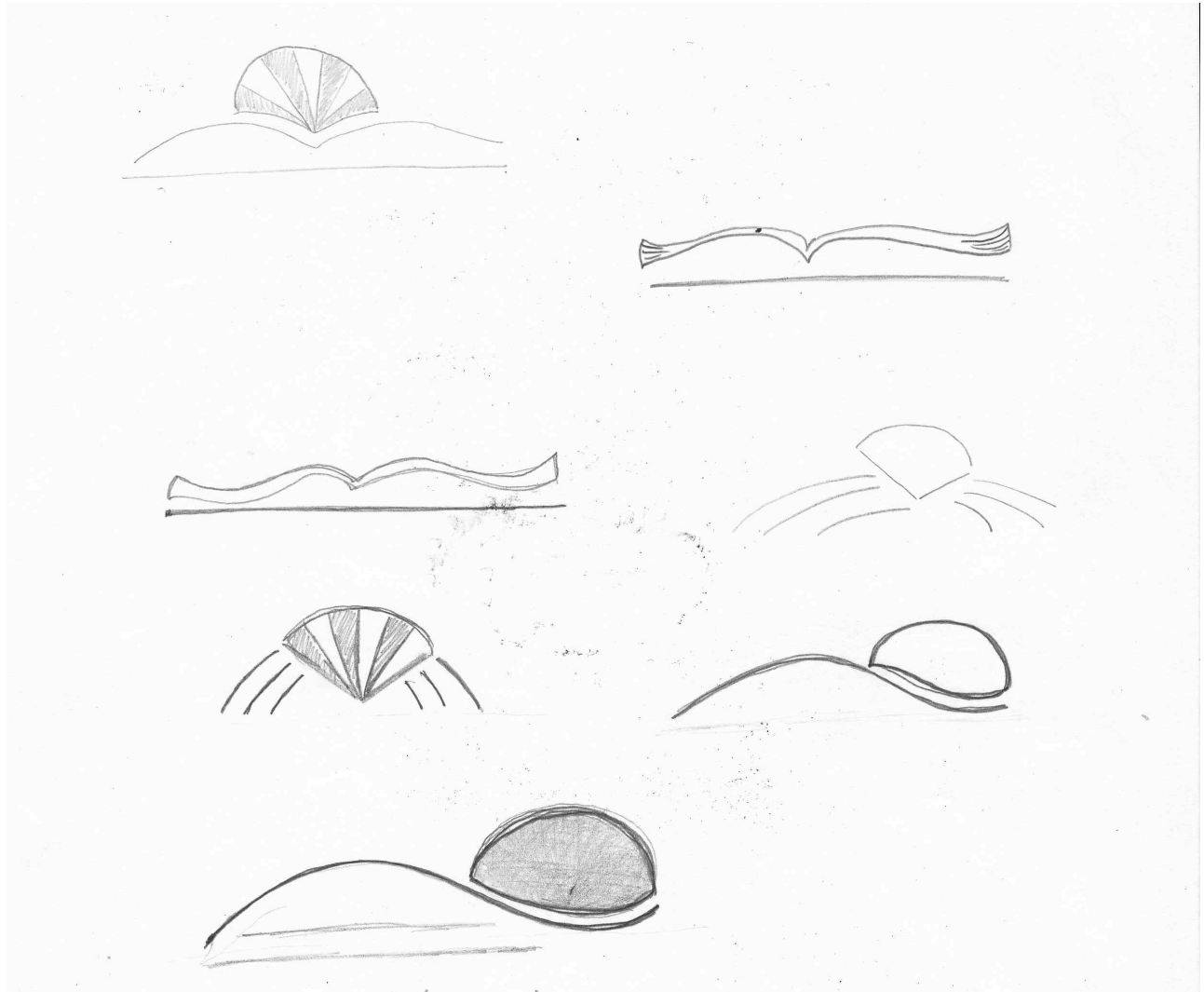
Composición:

Logotipo: Es un libro abierto formando dos montañas con un sol naciente en el centro como amanecer, se realizaron diferentes opciones para poder probar distintos niveles de abstracción esto con el fin de trabajar una línea de ilustración más juvenil y moderna.



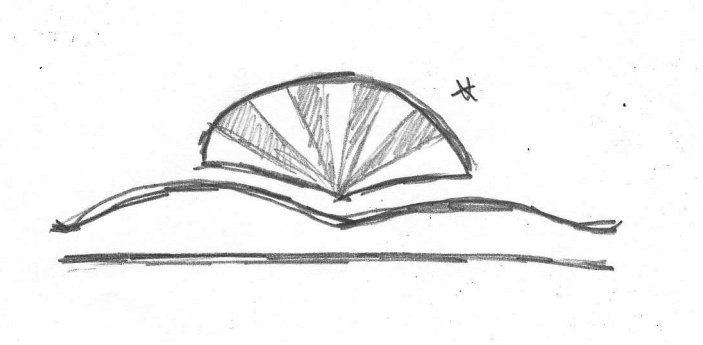
Fuente: Propia.

Al tener el logotipo ya unido, se exploraron diferentes maneras de como se podría visualizar, se analizó con formas modernas y trazos fluidos, sin embargo se necesitaba algo más acorde al grupo objetivo y al Ministerio de Educación por lo que se decidió utilizar una forma tradicional y entendible.



Fuente: Propia.

Se utilizaron varias tipografías para tomar la decisión de cual sería la mejor opción, se hicieron pruebas con tipografías San Serif de ancho y grosor regular para facilitar la lectura del nombre. Se hizo énfasis en que el nombre se escribiera en mayúsculas debido a su jerarquía.



UN AMANECER ALGO NUEVO QUE APRENDER



UN AMANECER ALGO NUEVO QUE APRENDER



UN NUEVO AMANECER ALGO NUEVO QUE APRENDER



UN NUEVO AMANECER ALGO NUEVO QUE APRENDER



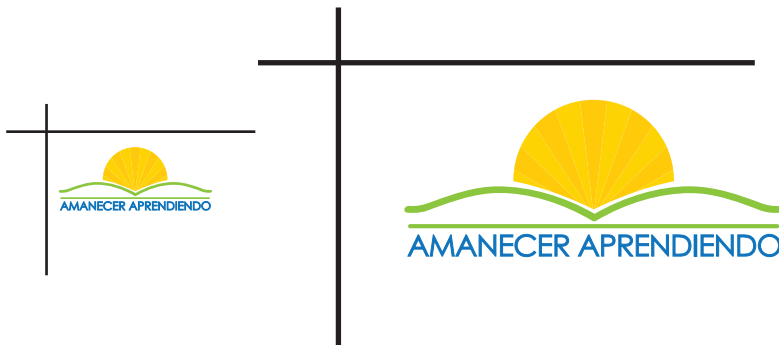
UN NUEVO AMANECER ALGO NUEVO QUE APRENDER

El libro se dibujó con 2 trazos ya que de esta manera no se pierde al ser reducido y de igual manera sea entendible, el sol se trabajó con dos tonalidades de amarillo, esto representa de mejor manera el amanecer y es un estilo moderno, es una tendencia que se está utilizando y llama la atención que nace en un punto focal.

Se decidió dejar el nombre con la tipografía Century Gothic por su trazo redondo y su carácter amigable. Todo en mayúsculas para enfatizar el nombre, el cual se reduce por ser demasiado largo.



8.1.1. LOGOTIPO



Nombre

Nombre: “Amanecer aprendiendo.”

Este nombre salió del concepto, haciendo énfasis en el futuro, en las proyecciones de las personas y del cambio que se quiere hacer. Amanecer se refiere a la nueva oportunidad de hacer reflexión y tomar un buen camino, a que cada día puede ser una nueva oportunidad para aprender.

Se utiliza en gerundio la palabra “aprendiendo” ya que es una conjugación del verbo para demostrar una acción. De esta manera se puede transmitir de una forma inmediata, desde el momento de la captación de las piezas.



8.2. ETAPA 2 (CREACIÓN DE LOS PERSONAJES)

8.2.1. ILUSTRACIONES DE CAMPAÑA

Caracterización de los personajes

Se partió del concepto y de los afectados de dicho problema con el que se trabajo, se escogió utilizar a un niño de 10 años y una niña de 8 años, como hermanos. Ellos serán lo principales en comunicar a los padres de sus deseos y proyecciones.

El desempeño de los niños será el hablarles a los padres y crearles conciencia de cómo deben escuchar a sus hijos y comprenderlos y sobre todo apoyarlos para poder guiarlos en un buen camino.

La caracterización de ambos personajes se realizó en base al análisis hecho en la investigación de sus diferentes perfiles, físicos, sociológicos y psicológicos.

(Niño 10)

Físico: Mide alrededor de 1m 45 cm. Moreno, delgado, con pelo corto y liso. Acostumbra vestir pantalón de tela, tenis, camisa o playera de colores fríos, usa gorra (no siempre).

Puede que muestre manchas de tierra en sus manos o camisa ya que aun juega en el campo. El pelo es un poco despeinado sin mucho brillo y poco interés en la combinación de ropa. Pesa alrededor de 115 libras.

Sociológico: Muy activo, necesita frecuentes descansos, hace cosas que requieren extra energía. No está completado su crecimiento, puede que sea inseguro por su apariencia o tamaño. Son propensos a accidentes por lo que puede que tenga leves raspones.

No les gusta relacionarse con el género opuesto, sin embargo si cuida a su hermana menor y tiene mayor relación con los hermanos pequeños que mayores. Empieza a formar grupos de amigos.

Psicológico: Esperan más de los demás, ocupados, activos y llenos de entusiasmo, pueden intentar demasiado, empieza el interés en el dinero y en su valor.

Sensibles a críticas, reconocen los errores y cuentan con la capacidad de autoevaluarse. Tienen intereses prolongados.

Firmes, fiables, razonables, sentido del bien y el mal. Críticos de los adultos, necesitan de la aprobación de sus padres.

Comienzan a formar lazos fuertes con sus amigos y buscan la independencia. Pueden ser competitivos. Hacen juegos en equipo. Imitan a héroes y/o deportistas. Sensibles a los halagos, sus sentimientos son heridos fácilmente. Pueden existir conflictos entre padres e amigos. Ansiosos por responder preguntas y buscar respuestas positivas. Muy curiosos y cuentan con interés de corto plazo.

(Niña 8)

Físico: Mide alrededor de 1m. 10 cm. Piel morena, menos que el hombre ya que se mantiene más tiempo dentro de la casa, pelo liso y/o ondulado.

Viste falda larga, zapatos tipo sandalias, blusa de colores y/o típica. Puede que utilice algún listón en el cabello o diadema. Pesa de 80 a 90 libras, de complexión delgada.

Sociológico: Están aprendiendo a atrapar cosas en el aire, necesitan tener mucha actividad y varios descansos. Están en la niñez media. Aprenden nuevas destrezas.

Hablan mucho (ya sea el caso) cuentan todo a personas mayores para entablar una conversación. Les gusta hacer las cosas por sí mismos. Necesitan ayuda a veces para expresarse o entender. Son afectivos, necesitan amor, cariño y aprobación de parte de los padres.

Psicológico: prestan más atención. Expresan con mayor rapidez. Las cosas buenas o malas (blanco o negro). Planean con anticipación. Analizan las cosas y les gusta tener varias actividades.

Puede que respondan negativamente a favores (se nieguen a cooperar) se rehúsan a las reglas.

Coleccionan las cosas que les llama la atención, interés por el trueque entre amigos. Necesitan a la madre como apoyo. Impacientes, interés por los cambios corporales correspondientes a la pubertad. Sentido de responsabilidad.

Personajes: factores importantes a tomar en cuenta de cómo se quiere representar los personajes. Actitudes que proyectará e imagen.

Personalidad: satisfechos consigo mismos. Arranques breves y superficiales de ira. Explosiones de felicidad y afecto, concretos, francos y honestos. Fieles, ambiciosos y preocupados. Calmados y sinceros. No temen preguntar dudas, seguros de sí mismos e inquietos.

Sociedad: aceptan la vida y el mundo. Atmosfera amistosa y responden bien a la disciplina.

Intereses: continúa actividad, juegos fuera de casa, utilizan la fuerza y habilidades físicas.

Familia: Madre el centro del universo, padre como autoridad. Mayor relación y buena con hermanos menores. Gustos por convivir y realizar actividades juntas.

Educación: gusto por aprender y memorizar. Agrado y respeto por el maestro.

Interés por la investigación.

Sentido: preocupación por su entorno.

Trabajo Infantil: se investigó sobre los niños que trabajan para poder conocer más su vida y su comportamiento. De esta manera facilitar su representación. Forman rutinas en cuanto a horarios y días.

Toman un rol de adulto, se pueden encontrar con cargas de angustia. Empiezan a tomar conciencia sobre la situación familiar y esto los lleva a tener mayor iniciativa. Buscan un lugar en el que se sientan libres al no estar en el trabajo. El trabajo infantil se encuentra mucho en el medio rural, esto lleva a la finalización temprana de la educación, genera inserción productiva temprana.





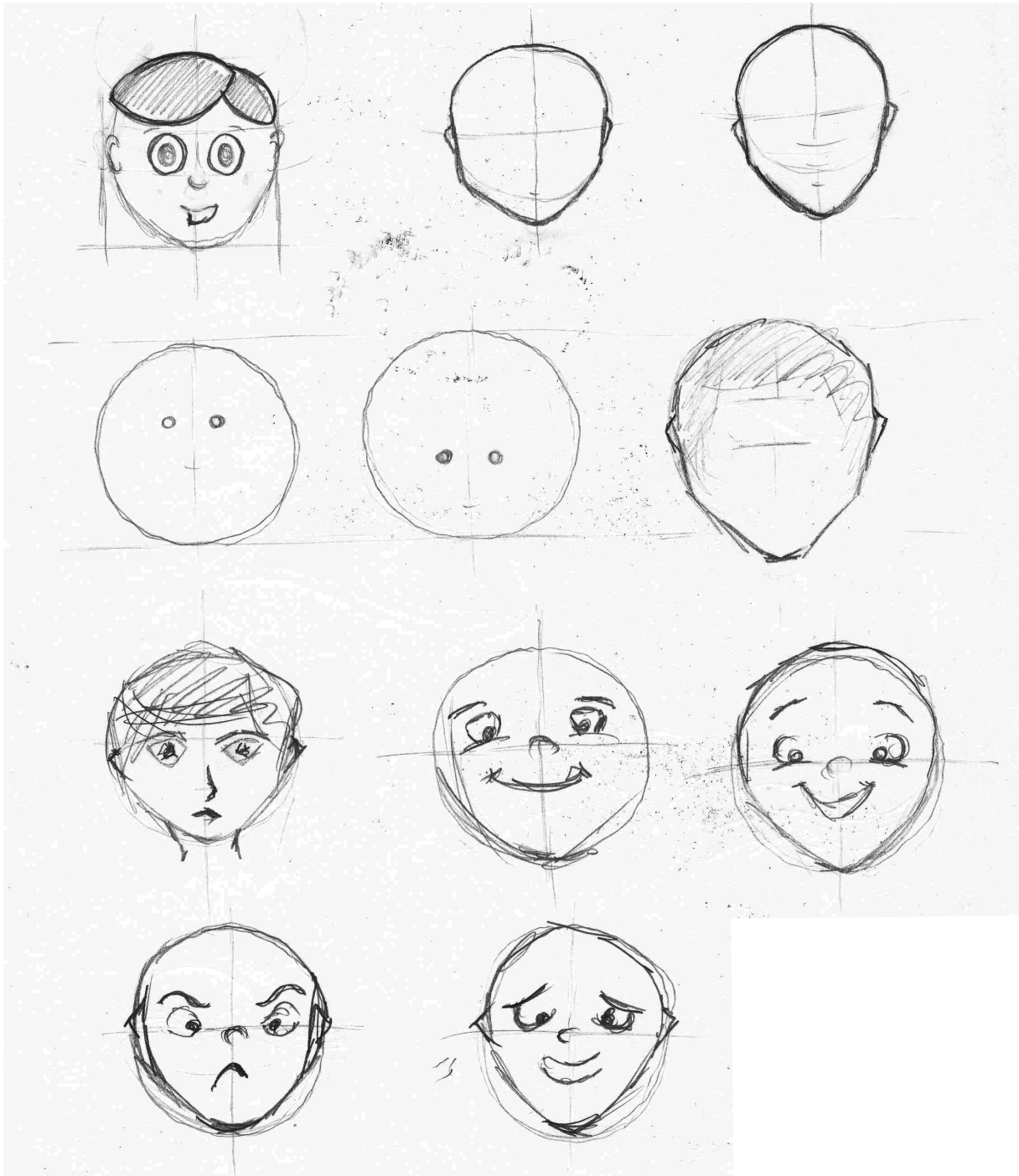
Fuente: Propia.

Se tomaron diferentes fotografías en la cual se puede evidenciar a los niños, estudiantes en su entorno, hay varias presentaciones en cuanto a vestimentas y expresiones. De aquí es de donde se sacaron elementos importantes para la creación de los personajes.

A partir de esta referencia real, se empezó a bocetar la construcción de los personajes, desde formas simples (geométricas) hasta expresiones y detalles que usarán. A continuación se presenta el proceso de evaluación y tratamiento de formas:

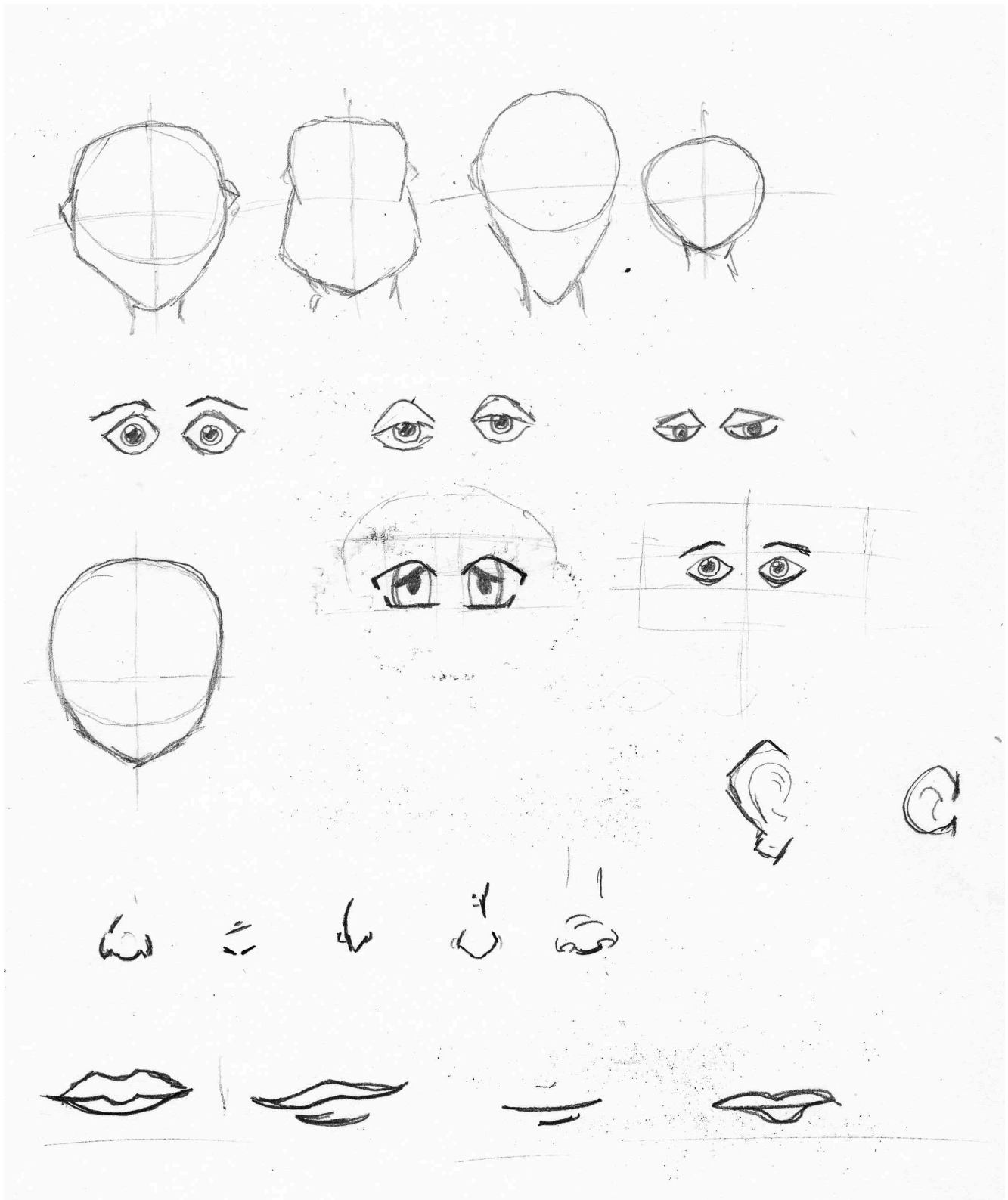
Ilustración (Niño de 12 años)

Se inició el proceso de bocetaje, haciendo los rostros y explorando las diferentes formas que se pueden llegar a utilizar, según el personaje que se represente y su expresión.



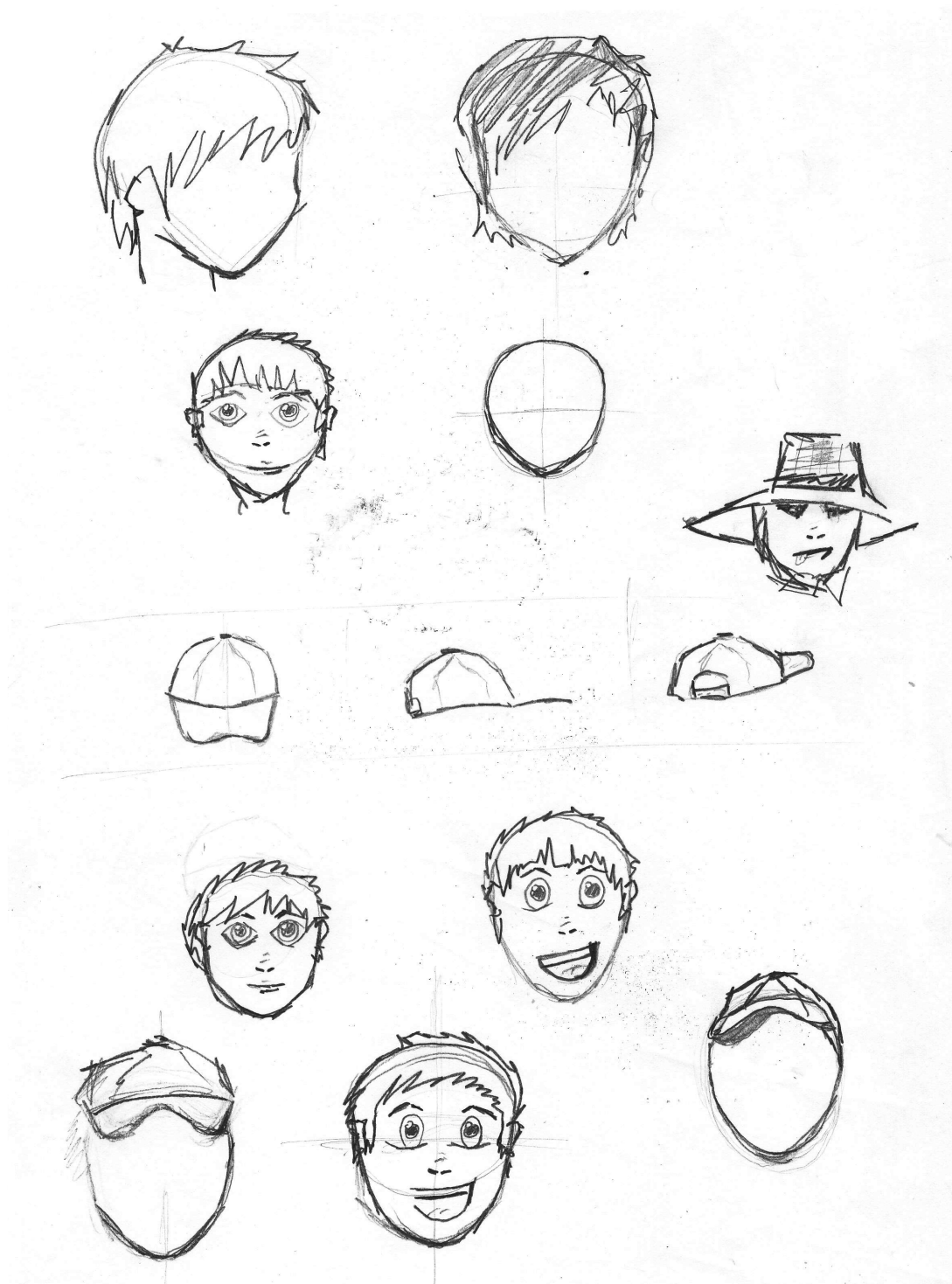
Fuente: Propia.

Expresión de los ojos, formas de cabezas, narices, orejas y bocas.

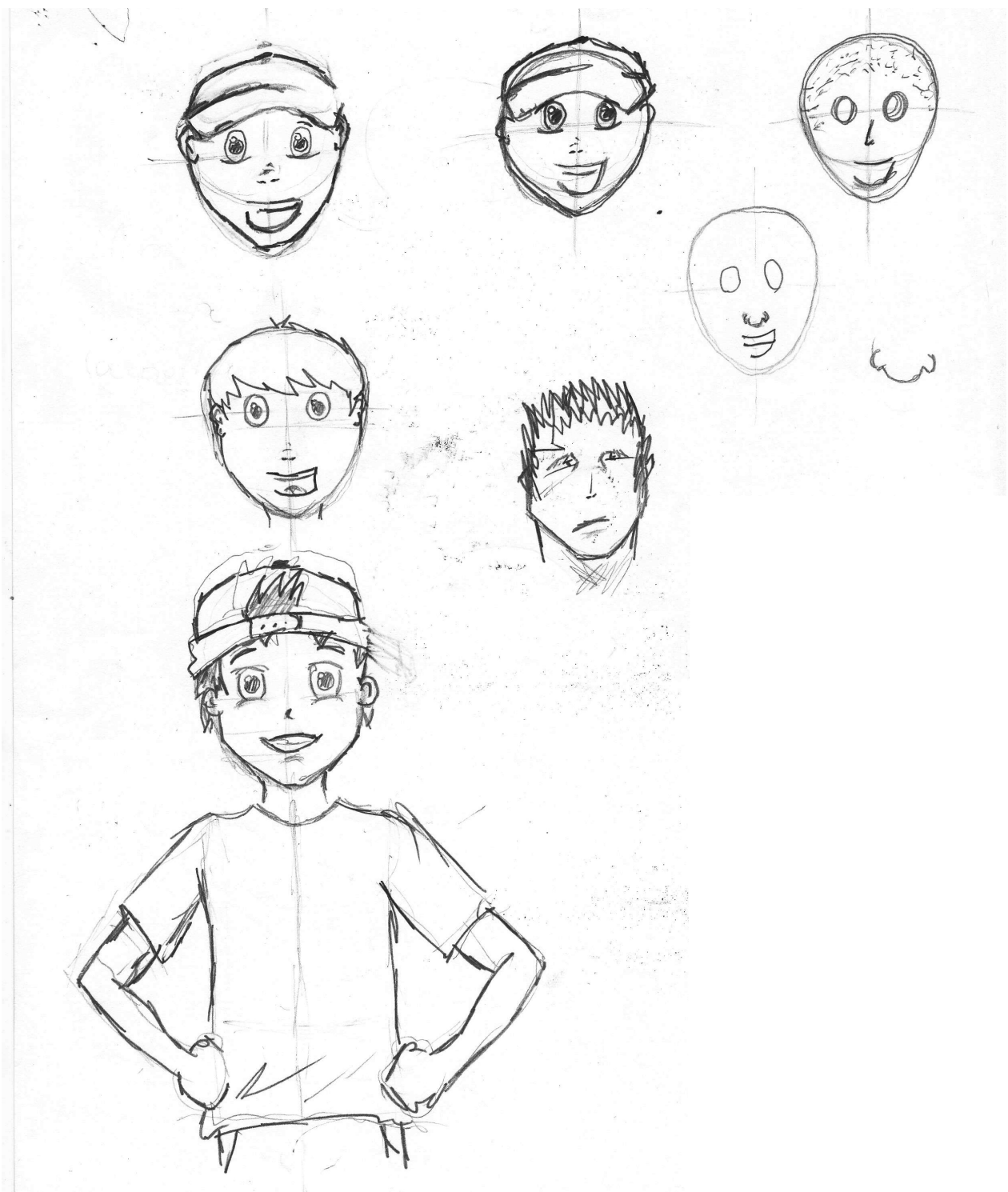


Fuente: Propia.

Es importante saber la expresión que se representará para poder bocetar rostros acordes, no hay que dejar por un lado a los personajes y a las personas que van a representar ya que se debe partir de eso, como se hizo el estudio fotográfico previo, para poder partir de lo real a la caracterización.



Fuente: Propia.

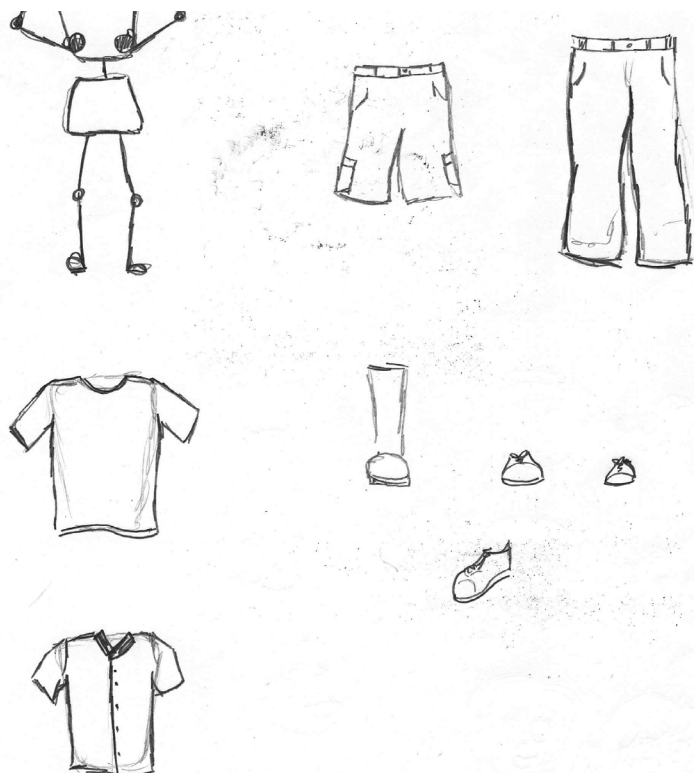
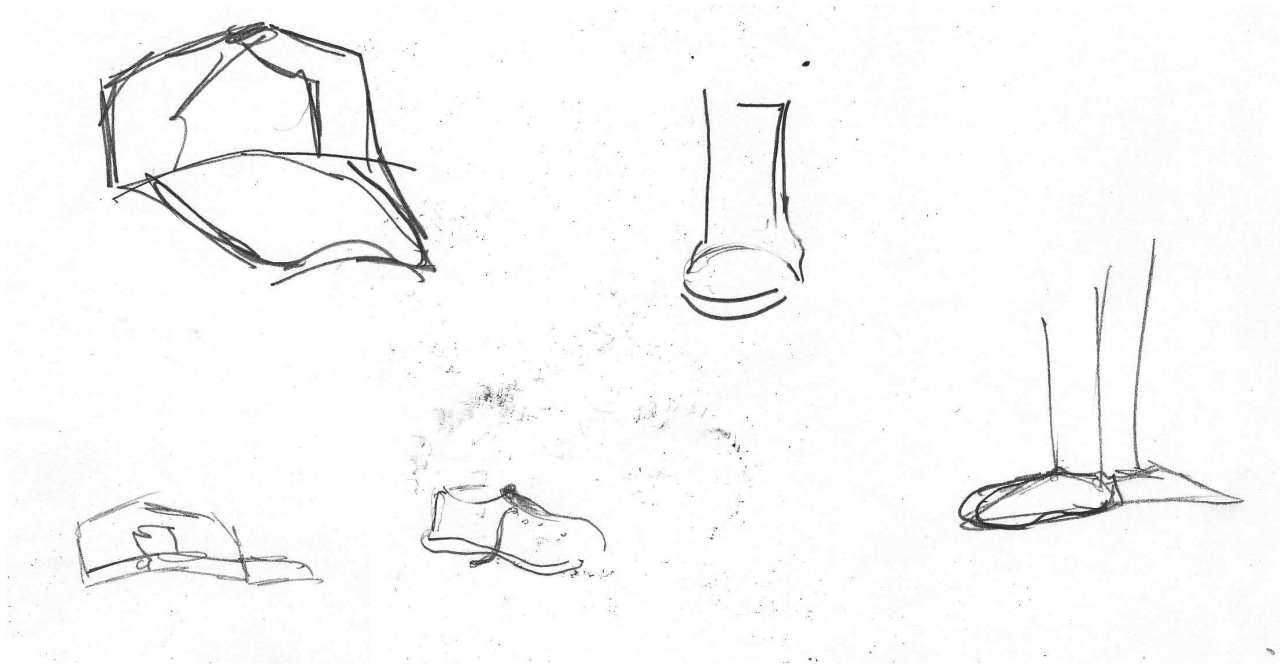


Fuente: Propia.

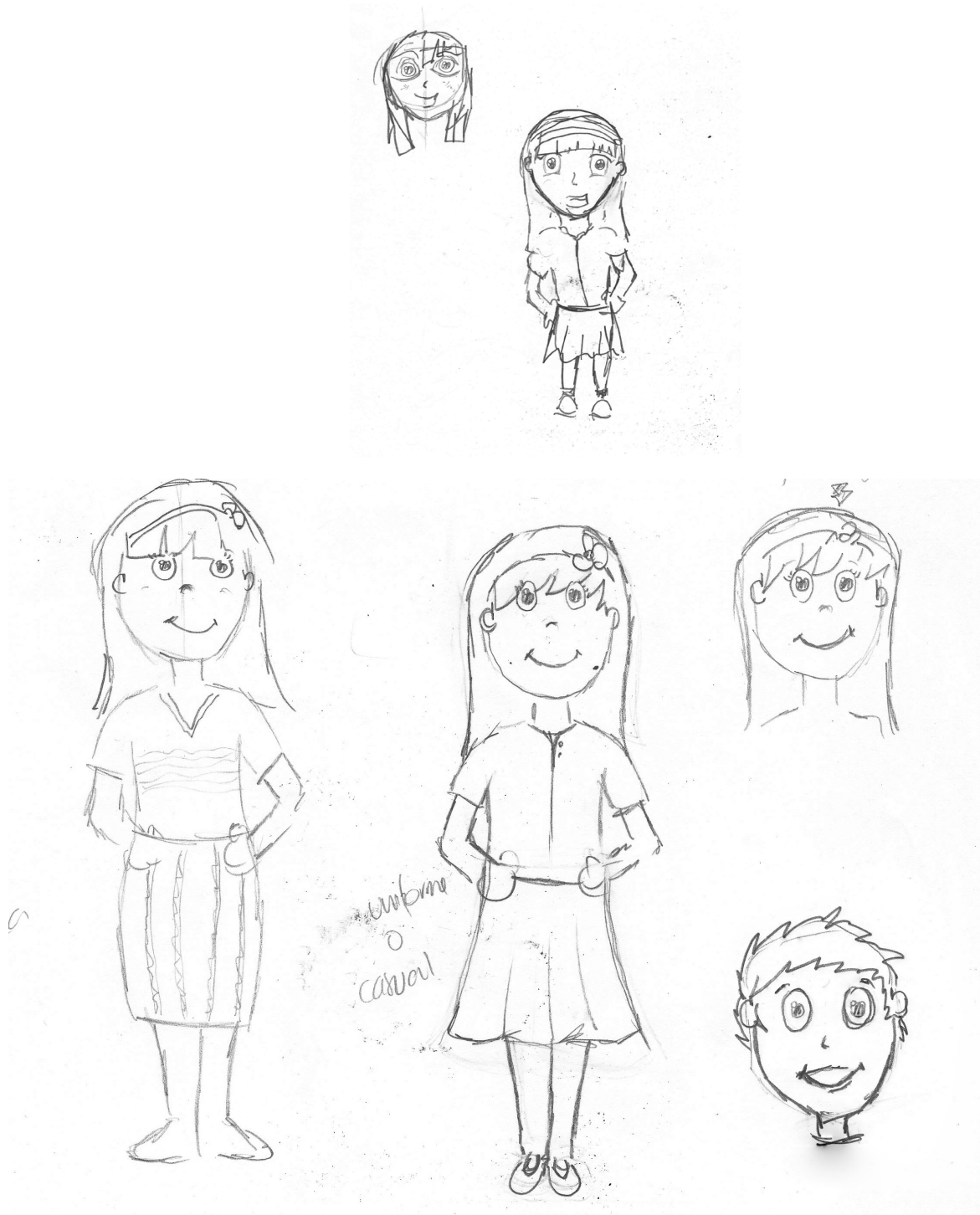
Se empezó a analizar las diferentes opciones, tales como la utilización de una gorra, y de lo que esta comunica. Una gorra puede decir mucho de una persona y más de una caracterización, ya que le da una actitud completamente diferente al usarla ya sea normal o para atrás.

Elementos importantes a tomar en cuenta, accesorios y formas.

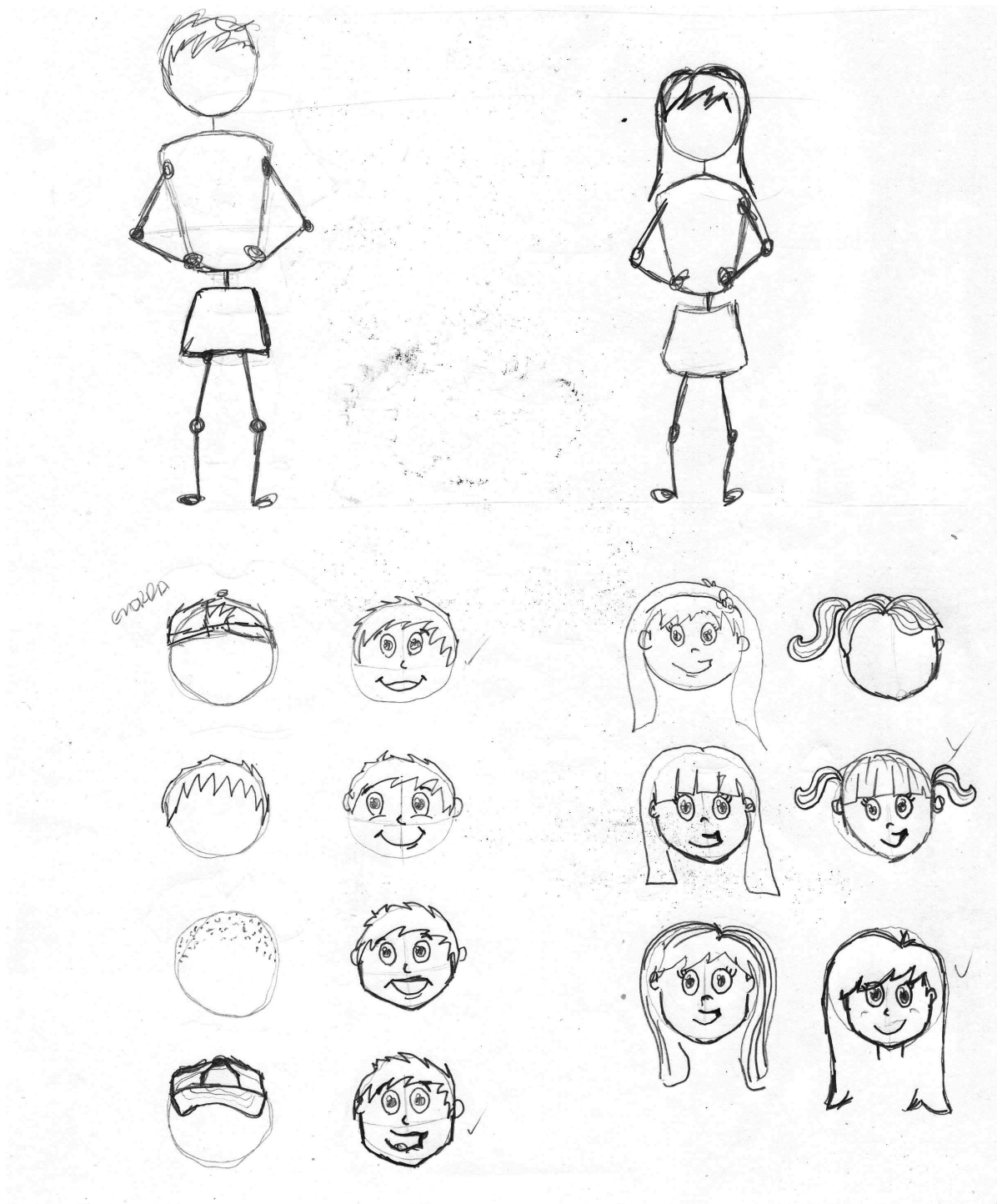
Aquí se evaluaron posiciones de los pies, y de la niña, la forma del cuerpo de como se representaría. Se partió de la silueta para después entrar a detalles, como ropa, expresión y demás.

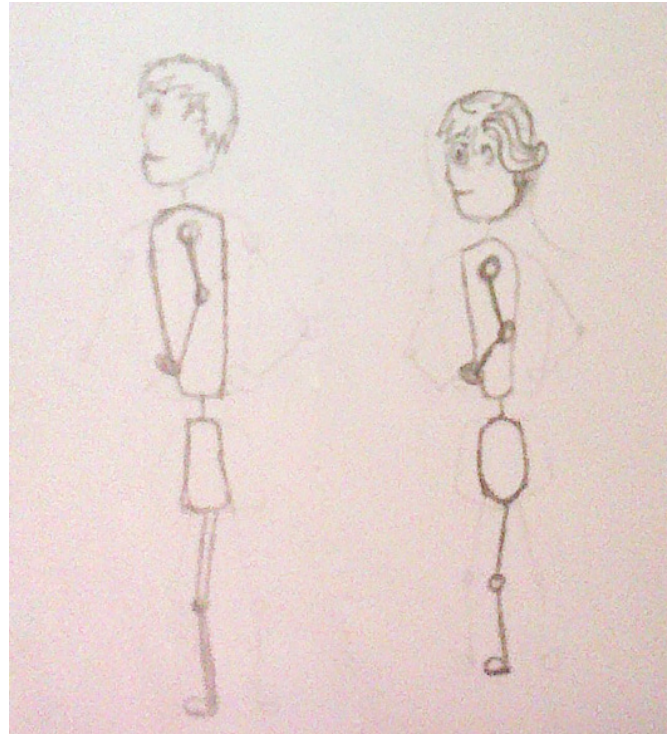
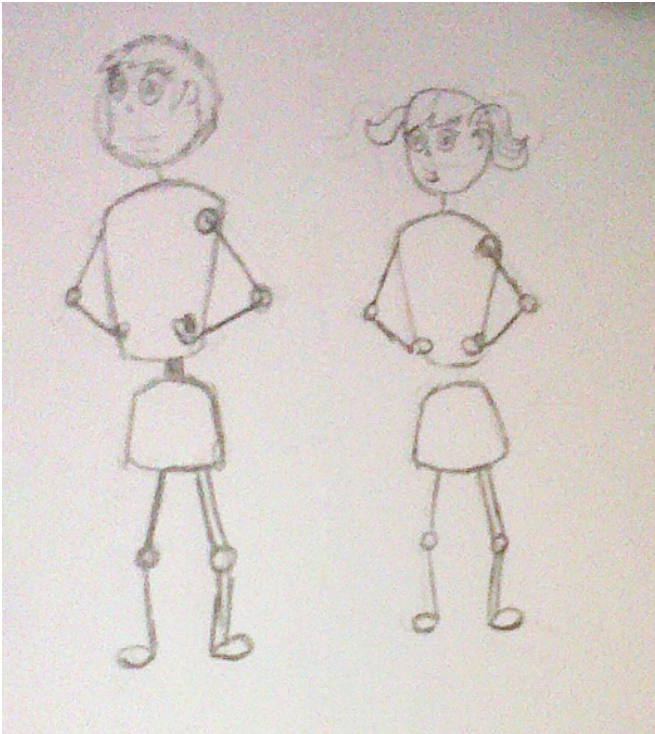


La niña, se empezó a evaluar postura corporal y su vestimenta, tanto como detalles (diadema, etc). Se exploraron varias opciones hasta poder llegar a una acorde con la cual se pudiera trabajar también en base al resultado trabajado con el niño, ya que son hermanos por lo que no pueden ser avismalmente diferentes. Se evaluó vestirla ya sea con ropa típica o bien con ropa casual o uniforme.

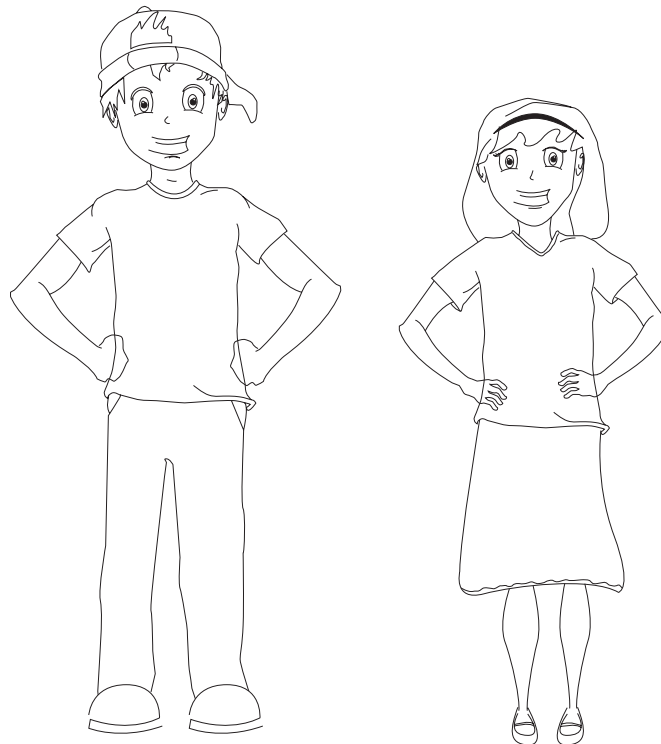


Se trazaron los niños, con líneas simples para tener una base de como se trabajarán posteriormente, aquí se puede evaluar la utilización de “cabezas” por cuerpo. También se evaluaron diferentes rostros y expresiones faciales, tales como pelo o peinado que utilizarían.

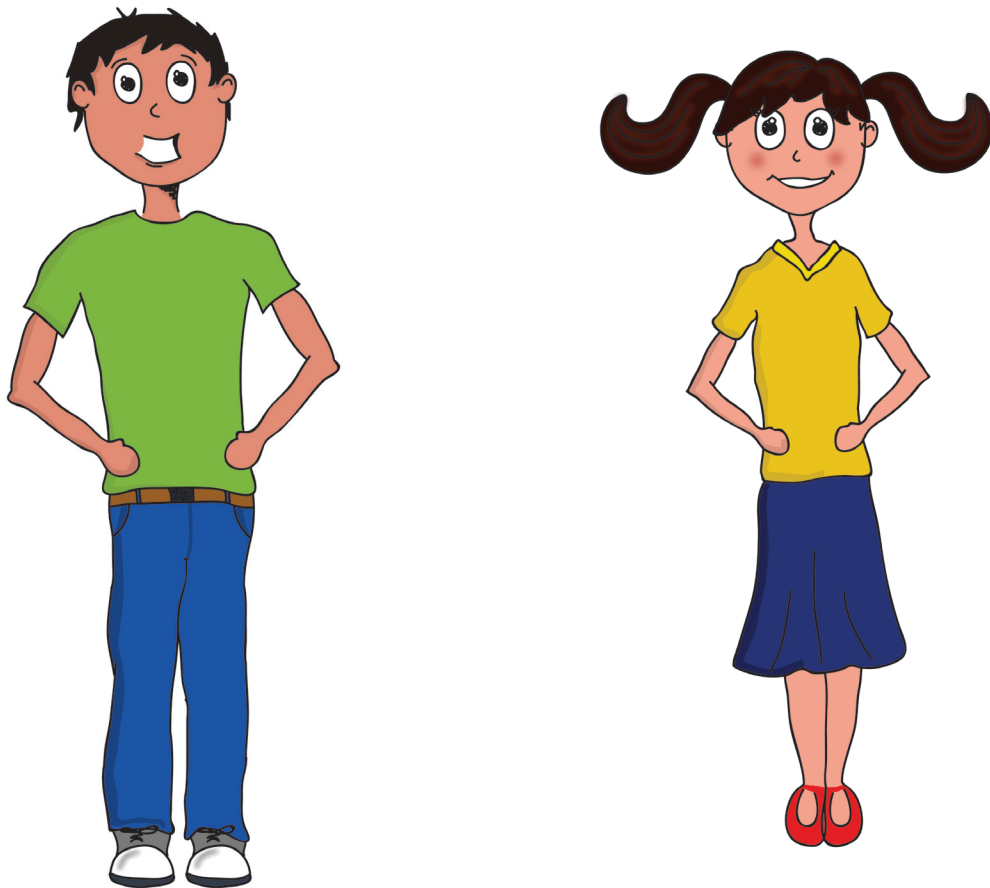




Se llegó a este resultado, previo a digitalizarlo, para después poder seguir haciendo cambios ya sean necesarios, algo muy importante en esta etapa va a ser el trazo digital, ya que esto le dará un tono diferente a la ilustración la cual va a ser determinante con lo que se desea comunicar y la manera de como se mostrarán los personajes.



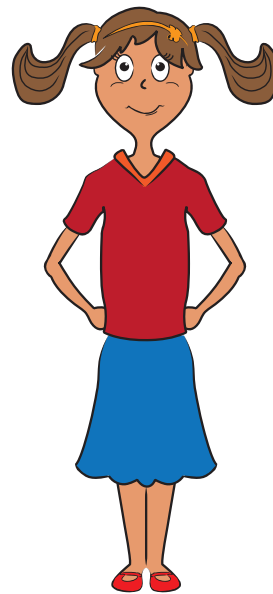
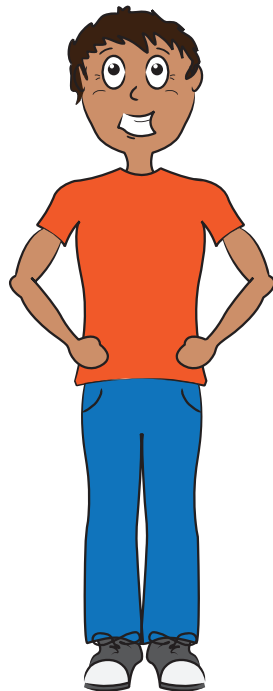
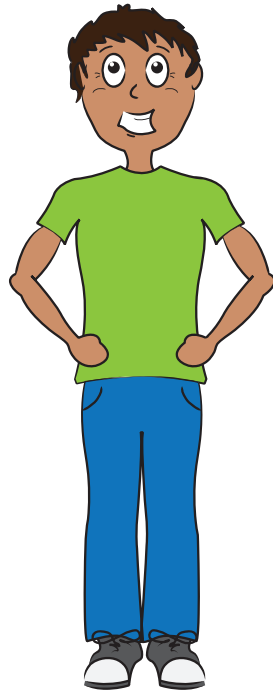
Personajes Digitalizados



Aquí se presentan a los personajes con un trazo simple, el cual será evaluado y analizado para utilizarlo.

Se siguió explorando colores, y trazos, aquí ya con color cambia totalmente la expresión de los personajes, por lo que fue necesario una exploración más amplia, en cuanto a tamaños, formas y colores utilizados.

A continuación se presentan más opciones para poder llegar a los personajes finales.



Se continuó la exploración y se llegó a este resultado, los niños tenían detalles que los hacía verse mayores por lo que fue necesario hacerles cambios en cuanto al cuerpo, también se evidenció la necesidad de cambiarles la ropa y hacerla más acorde a los niños del municipio para que se pudieran identificar como tales. Se empezó a evaluar la utilización de detalles, como zapatos, y algo que los identificara como niños con anhelos, que desean ser escuchados por sus padres.

Validación de Personajes

A continuación se realizó una validación de los personajes para realizar cambios ya sean necesarios y afinar para llegar al punto de identificación con el grupo objetivo.

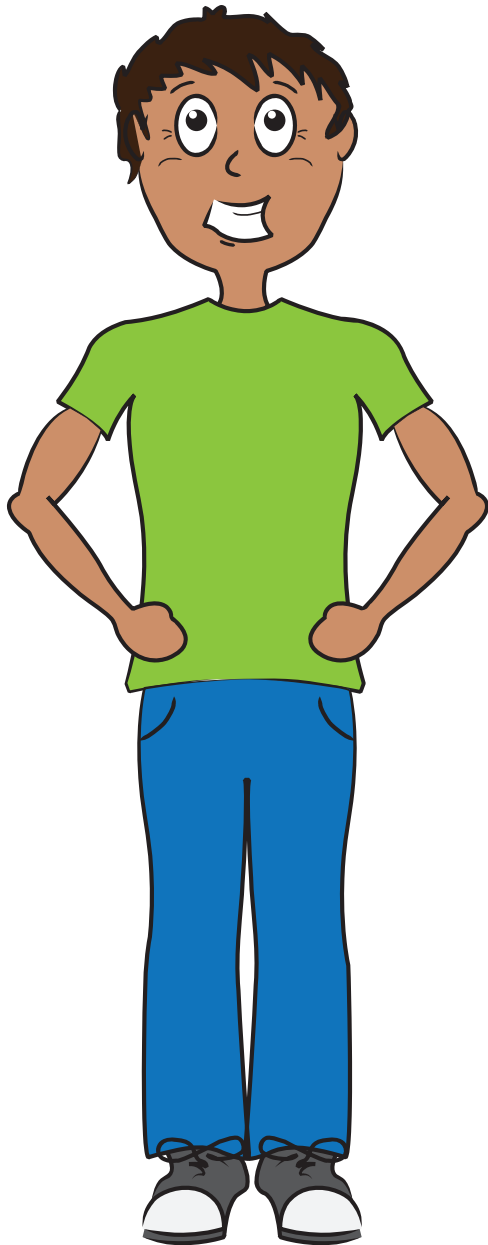
Personajes, se expusieron ante el grupo objetivo para medir su funcionalidad y reconocimiento con los mismos. Se hicieron las siguientes preguntas para enfocarse y darle la personalidad necesaria a las ilustraciones.

1. ¿Qué edad le calcula al personaje?
2. ¿Cree usted que este personaje va a la escuela?
3. ¿Le gusta el diseño del personaje?
4. ¿De qué forma se siente identificada con el personaje? ¿Porqué?
5. ¿Qué cambios le haría al personaje para que lo representara a usted?
6. ¿Cómo le gustaría que se llamara el personaje?

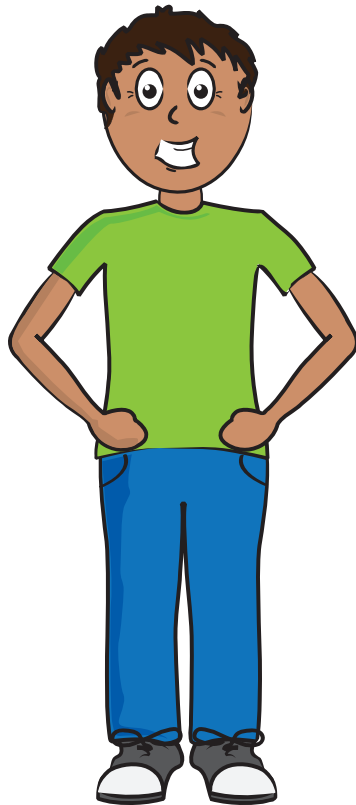
Juan
Pablo
Luis

Estas fueron las preguntas realizadas para ambos personajes principales, y a partir de los resultados se decidió realizar cambios para el mejoramiento de los mismos.

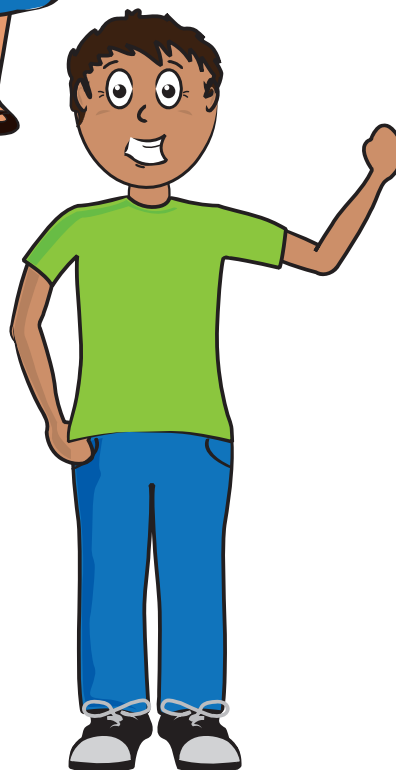
Se realizaron cambios en cuanto a la ilustración y se evidenció un cambio significativo lo cual llevo a la evolucion de los personajes, la cual podran ver a continuación, cada cambio fue analizado según el grupo objetivo y la validación del mismo.



Se realizaron cambios en cuanto a las cabezas, para ser más acorde a sus respectivas edades, sin embargo era evidente que a los personajes les faltaban características de expresión y de características que los hicieran resaltar y comunicar lo deseado. En este caso Juanito y Anita debían comunicar un carácter maduro para su edad, niños responsables que asumen su niñez con alegría y valor.



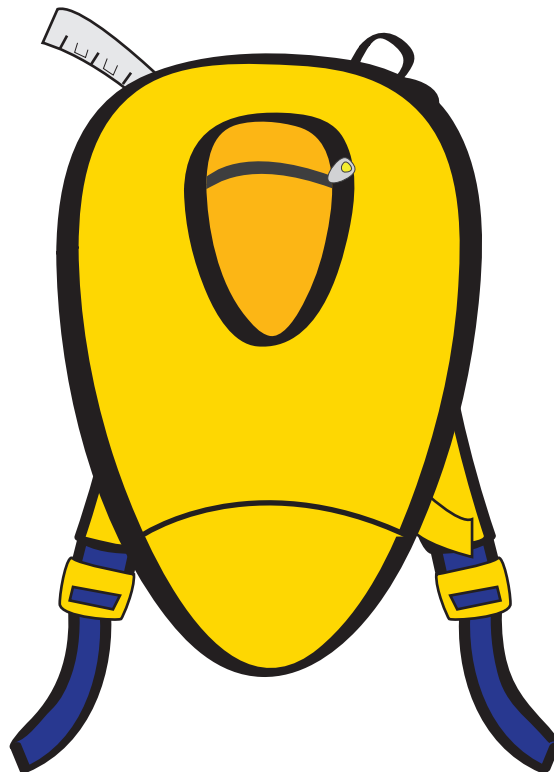
Se empezó a cambiar la postura de ambos y así demostrar un interés, una postura firme que defendiera su punto de vista, que dijera lo que desean.



Accesorios:

Se creó un bolsón el cual tiene como fin comunicar el deseo del niño de estudiar, esto hace ver a los personajes más aplicados y metidos en su rol de estudiantes. Se siguió utilizando una línea simple con detalles como la regla, la cual es reconocida universalmente por las personajes.

Se creó en color amarillo y color rojo para niño y niña, de esta manera diferenciarlos. Son colores cálidos que hacen resaltarlos ante su vestimenta, así sean evidentes.



Aquí se ven cambios significativos en Anita y Juanito, con sus accesorios (bolson) ya puestos. Se evaluó su imagen con un experto en educación del área de San Juan Comalapa por lo que se decidió cambiar ciertos aspectos como, la falda de Anita y su sonrisa por su edad, esto iba a cooperar más con la identificación de los niños.

Se continuó utilizando la ilustración característica ya que esto es una caracterización de como se quisieran ver los niños o como los padres quisieran ver a sus hijos.

Se tomo en cuenta, ciertas palabras claves para la creación de los mismos: alegría, saludables y optimistas.



Vista desde atrás:



El municipio de San Juan Comalapa es muy particular y cuenta con mucho arte, exponentes del arte Naif o primitivo y se decidió no utilizar la misma línea de ilustración ya que esto se diferencia de una pieza artística a lo que se busca con la campaña, la cual busca comunicar, por lo que se caracterizó a personajes de una forma caricaturesca para que las personas no piensen que era una pieza de arte a la cual ya están muy acostumbrados.

Se decidió crear otro personaje, el Padre para mostrar esa figura paterna, del grupo objetivo (identificación). Se creó a Carlos de 25 años, trabajador de una forma amigable para con sus hijos, el es un padre consciente de la necesidad del estudio de sus hijos por lo que desde pequeños los ha fomentado en el estudio y los apoya para que continuen estudiando.



Detalles importantes en los personajes:

Como se puede ver en los personajes, su actitud es amigable, con colores calidos y acogedores, una expresión que invita a mas de una sonrisa y un saludo, tales como las personas del municipio, que a lo largo de este proceso de investigación e notado la amabilidad característica en todas las personas que habitan en San Juan Comalapa.

A los personajes se les colocó con la mano alzada, señalando hacia arriba, esto en señal de presencia, de asumir las responsabilidades y tener el corage de levantar la mano por la educación, por el doble esfuerzo que realizan estas personas al trabajar y estudiar. De igual manera se utilizó señalando su titular respectivo para cada personaje y para cada caso (pieza).



8.3. ETAPA 3 (CREACIÓN DE LOS FONDOS)

8.3.1. Escenarios

Escenas:

Fue necesario crear 3 diferentes escenas en las cuales los niños afectados y el grupo objetivo se pueden encontrar y se sientan identificados, mostrando de esta manera el contexto en el cual se desenvuelven. Por ello se diseñaron los lugares en los que se desarrollará cada situación a transmitir.

De igual manera que los personajes se utilizaron trazos libres, son simétricos debido a su sombra. Esto fue digitalizado para posteriormente añadirle color y efectos requeridos. Las escenas a utilizar son las siguientes:

Hogar: Es en donde se desenvuelve la madre y generalmente los niños y/o mayor tiempo la niña.

Campo: Donde se encuentra el padre y los niños la mayoría del tiempo, es un lugar con el cual se identifica.

Municipio: En este caso se encuentran al padre, es el lugar el cual frecuentan y donde se busca que se queden por mayor tiempo debido a sus trabajos.

Cada escena tiene un significado para la campaña ya que cada lugar es un medio en el cual el grupo objetivo y los niños afectados se desenvuelven. El hogar es un lugar de reunión familiar en donde se pueden tomar decisiones para los niños. El campo es un lugar en donde aprenden a llevar un rol de adulto y a tomar decisiones y la comunidad es el lugar en el cual encuentran apoyo y se relacionan con las demás personas del área.



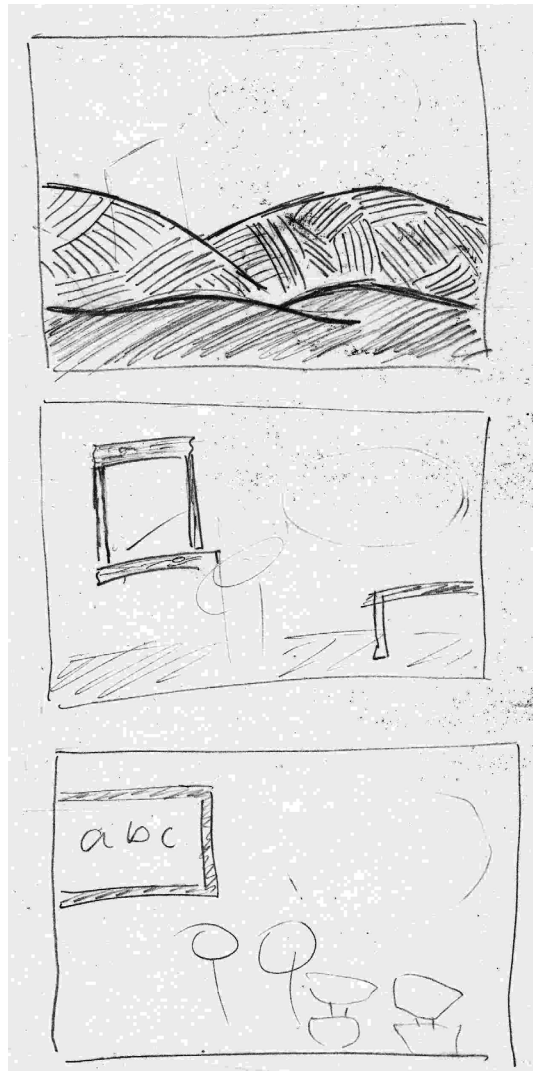
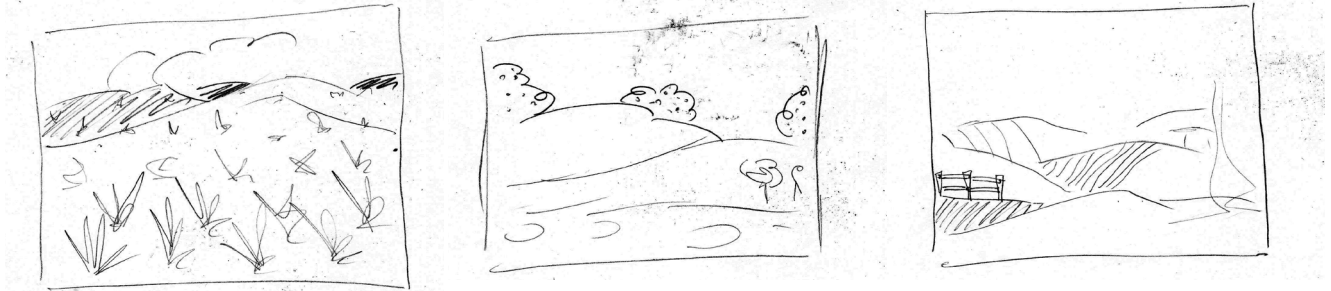
Fuente: Propia.

Aquí se tomaron fotografías del paisaje, para empezar a tomar en cuenta y conocer como son los lugares en los cuales los niños y el grupo objetivo se mantiene, de esta manera familiarizar los escenarios y hacerlos ver acogedores y familiares.

Cada lugar va ser específico para cada personaje, esto con el fin de darle un propósito y un clima al lugar en el cual se encontrará. Cada lugar cuenta con su valor en el cual los niños se desenvuelven de diferente manera esto será importante para comunicar, las expresiones y titulares que lleven las piezas.

A continuación se encuentran bocetos de los escenarios, son dibujos previos antes de digitalizar y pasar a colores, ya que se utilizaran los menos colores posibles para que no creen demasiado contraste y se pierda lo importante.

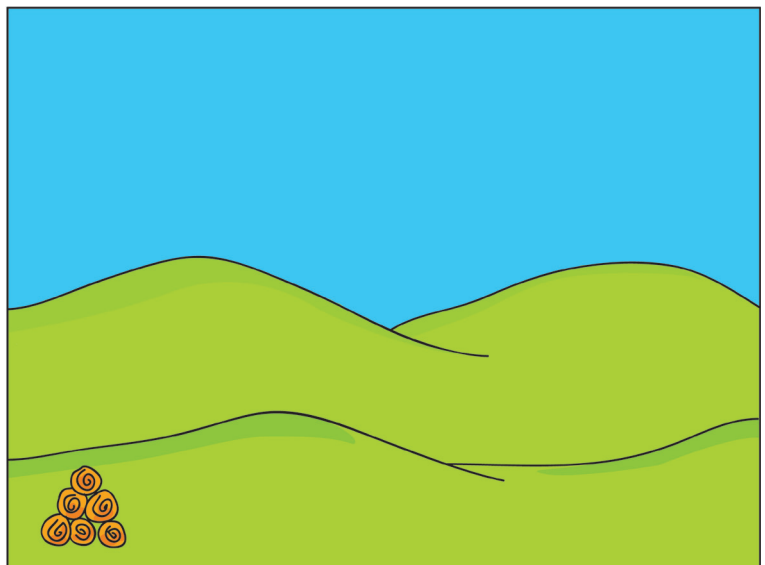
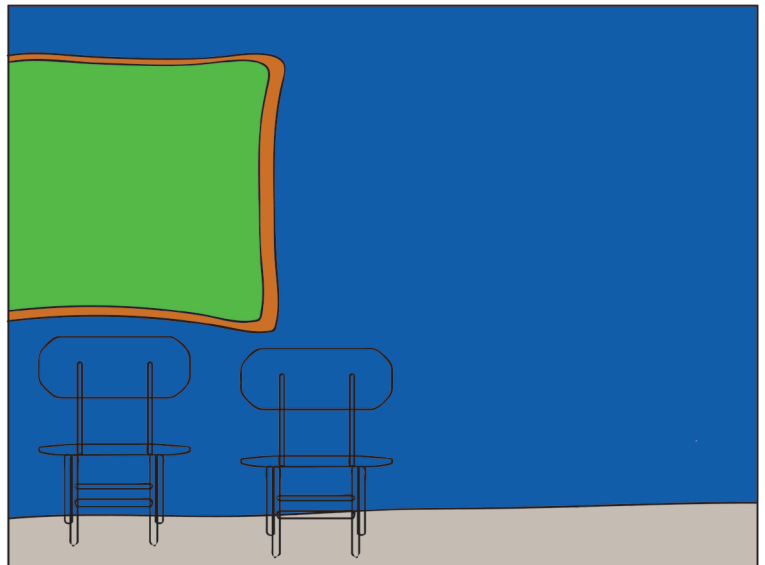
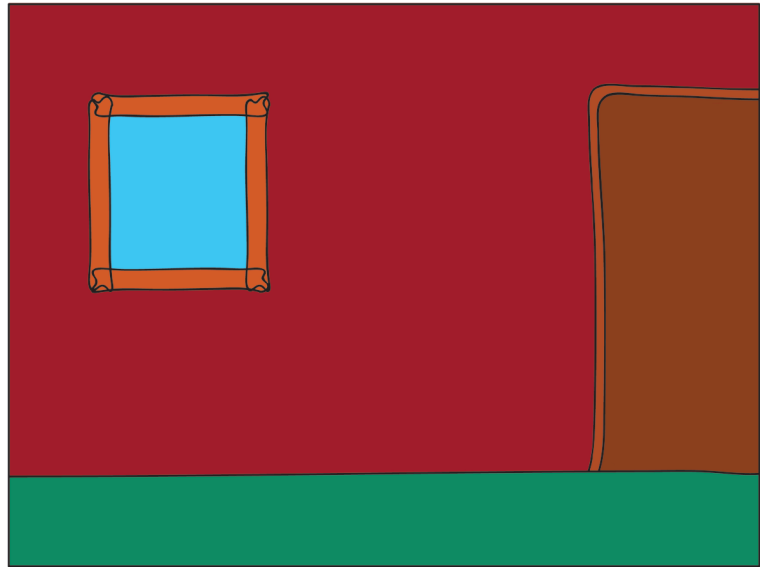
Se empezó a ilustrar y bocetar paisajes, (escenarios) que se iban a utilizar en las piezas, se evaluará su utilidad posteriormente ya digitalizados. Aquí se inició el proceso haciendo rugs para poder ir relacionando las fotografías, de donde se partió, de lo real a la ilustración.



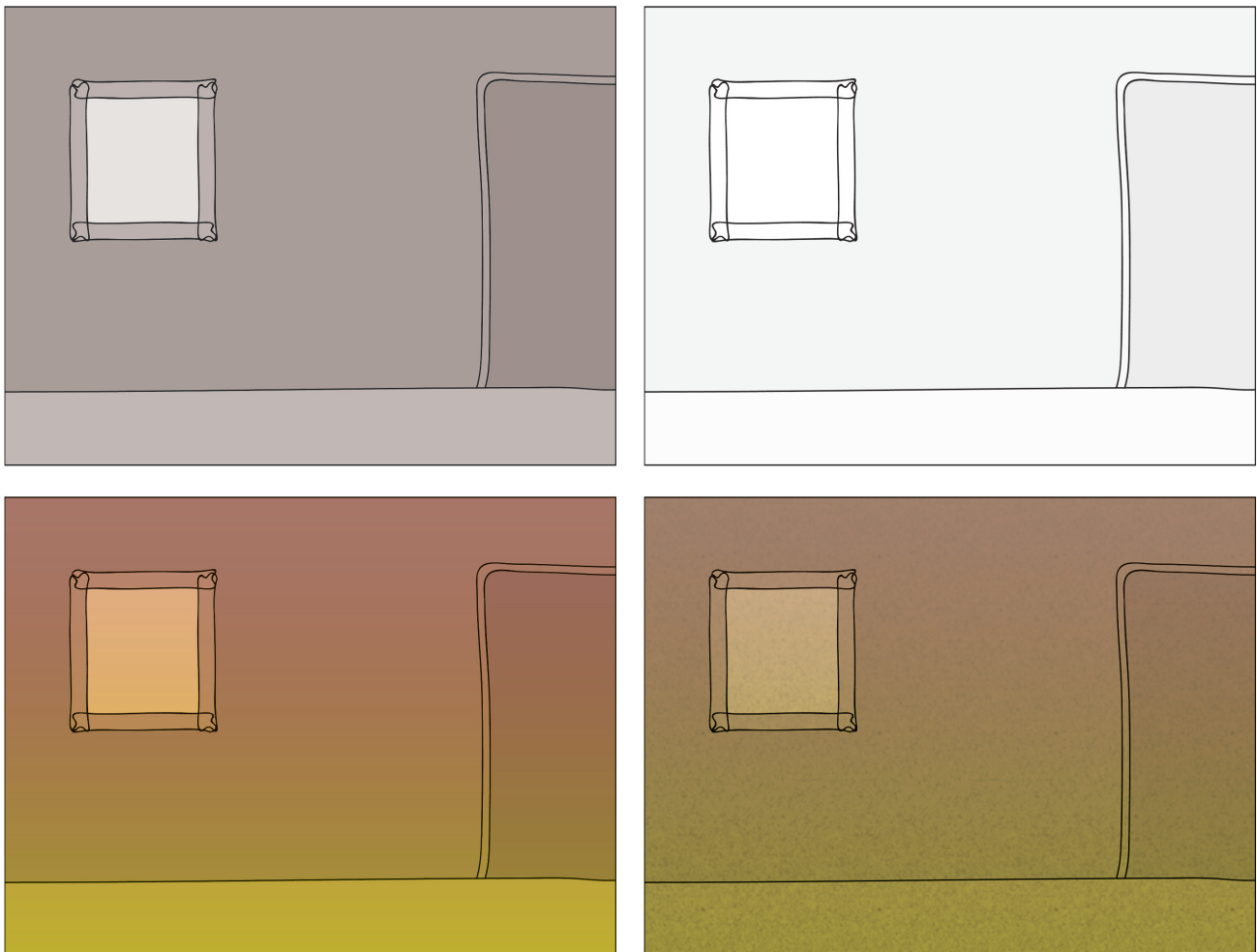
Escenas Digitalizadas

Aquí se ven los 3 escenarios principales a utilizar en todas las piezas gráficas, a full color, sin embargo se exploraron más pruebas, para poder tener un análisis de lo más conveniente, se advierte que por su simplicidad pueden ser muy genéricos por lo tanto ahorita se presentan de esta manera para estudiar los trazos y formas.

Posteriormente se estudió la utilización de degradados, colores planos, texturas, abstracciones, etc.



Escenas Digitalizadas Pruebas color



Aquí se muestran las pruebas de tonalidades que se tenían contempladas, se utilizaron texturas y colores tanto como degradés. Esto con el fin de explorar la utilización de colores cálidos dentro de las ilustraciones para dar esa sensación cálida, en un lugar donde se pudiera colocar al personaje y se viera cómodo y acogido por su situación.

Se continuó evaluando otras opciones, como la fotografía, esto ya con el personaje dentro del escenario para ver como funcionan en conjunto.

Se evidenció que era necesario más estudio antes previo a la realización de los escenarios ya que esto era un aspecto muy importante. Se crearon varias opciones para analizar su funcionalidad.

Para ello se tomaron más fotografías y se expusieron ya con los personajes para analizar así la visualización de la comunicación gráfica ante cada situación estipulada.

Esto se muestra posterior a las ilustraciones a continuación.



Se trabajaron ilustraciones en base a las fotografías y se colocaron en photoshop con filtros y tonalidades, sin embargo se continuó la exploración.



Se utilizaron texturas, sin embargo esto era algo innecesario para las piezas (afiches) ya que no se deseaba que el fondo destacara más o en igual medida al personaje.

Se fotografiaron situaciones cotidianas en las cuales se encontraba el grupo objetivo, estas fotografías posteriormente fueron retocadas en photoshop y se adicionó un filtro de color amarillo, para dar esa sensación calida que busca la pieza, acoger al personaje dentro de su ambiente sintiéndose capaz de comunicar lo que desea.

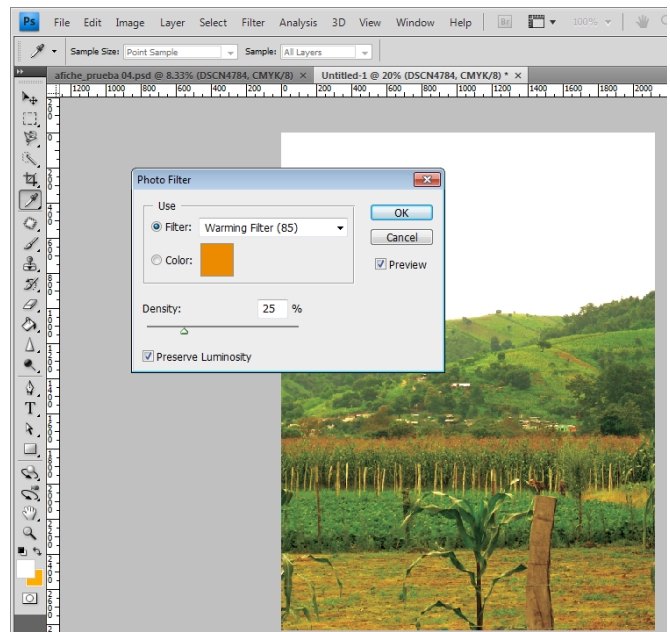
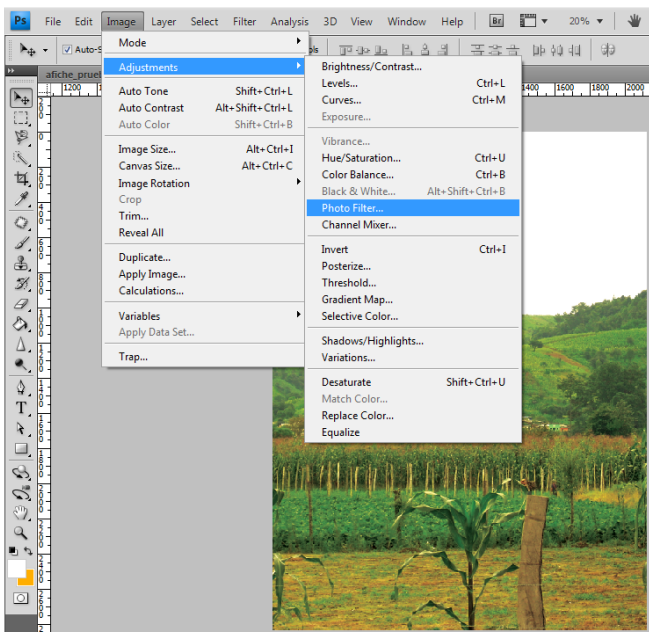


Fuente: Propia.



Fuente: Propia.

Estas fotografías son propias de San Juan Comalapa, un lugar lleno de montañas y áreas verdes, de siembras y familias que trabajan arduamente por las cosechas. Es evidente el ambiente donde las personas colaboran en conjunto con su comunidad y en familia.



Aplicación de Filtro de Fotos, con colores cálidos.

La aplicación del filtro fotográfico es para dar una tonalidad cálida, un ambiente acorde a como es el municipio y su gente, el grupo objetivo son personas muy amables, por lo que se quiere mostrar eso. Resaltar la personalidad de un habitante de San Juan Comalapa en el personaje.

8.4. ETAPA 4

8.4.1. ESTUDIO TIPOGRÁFICO

Estudio Tipográfico:

Es importante la función de la tipografía, por lo que es necesario que cumpla diferentes funciones según su objetivo de comunicación. Es importante tener en cuenta ciertos aspectos como legibilidad, que sea entendible y que llame la atención, todo esto, del grupo objetivo.

Es necesario que se acople al diseño al personaje. Ya que es posible que en una misma pieza se trabaje con varias tipografías, ya que los tonos varían desde “el niño hablando al padre” y “mensaje informativo”.

Por lo anterior se realizó un estudio de varias tipografías el cual se presenta a continuación.

Yo quiero ser
Maestro.

**YO QUIERO SER
MAESTRO.**

Yo quiero ser
maestro.

Yo quiero ser
Maestro.

YO QUIERO SER
MAESTRO.

Yo quiero ser
Maestro.

Yo quiero ser
Maestro.

Yo quiero ser
Maestro.

Yo quiero ser
Maestro.

**YO QUIERO SER
MAESTRO.**

**YO QUIERO SER
MAESTRO.**

Se hizo un estudio de tipografías con formas simples, con trazos casi primarios, los cuales representan a un niño escribiendo o aprendiendo a escribir, sin embargo esto dificulta la legibilidad para el grupo objetivo.

Se busca sensibilizar al grupo objetivo por medio de la escritura de un niño, pero estos trazos tipográficos son demasiado complicados a la hora de que estén sobre algún fondo, por lo que se siguió en la búsqueda de más tipografías.

**YO QUIERO SER
MAESTRO.**

**YO QUIERO SER
MAESTRO.**

**YO QUIERO SER
MAESTRO.**

**Yo quiero ser
Maestro.**

**YO QUIERO SER
MAESTRO.**

Yo quiero ser
Maestro.

Yo quiero ser
Maestro.

Yo quiero ser
Maestro.

Yo quiero ser
Maestro.

yo quiero ser
maestro.

Yo quiero ser
Maestro.

Por tratarse de educación, se exploran otras opciones para los titulares, de mayor grosor que los anteriores y que puedan asociarse con niños.

A pesar que el grupo objetivo son padres de familia se prefirió este tipo de letra delineado pues es fácil de asociarse y tiene buena legibilidad.

Se escogió esta tipografía llamada Basic Font, debido a su legibilidad y grosor el cual va a formar parte importante a la hora de comunicar titulares. Esto permite realzar su forma con un color de interior y así jerarquizarla.

ABCDEF GHIJKLM
ONPRSTUVWXYZ

ABCDEF GHIJKLM
ONPQRSTU VWXYZ

Se puede observar anteriormente la amplitud de tipografías que se expusieron a evaluación ante el desarrollo de la campaña, se empezó analizando de la familia palo seco y posteriormente con serif, para terminar con un poco de mayor grosor para causar impacto y que tenga peso legible.

Esta tipografía se utilizará únicamente en titulares o detalles importantes para llamar la atención y aprovechar su forma, ya que para el texto informativo, etc, se usará una tipografía mas simple.

Se evaluó la utilización de una Serif para el texto informativo en materiales como Trifoliar, el cual tiene más espacios de texto que las demás piezas. Entre las tipografías se analizó la utilización de Century Gothic, Arial, Times, Gil Sans y Georgia. Entre estas Georgia se consideró como la más adecuada para el texto. Es una letra que no se ve pesada ni densa en bloques y párrafos y al mismo tiempo es una tipografía seria.

ABCDEFGHIJKLM
ONPRSTUVWXYZ

abcdefghijklm
onpqrstuvwxyz

Georgia, una tipografía legible, fácil de leer y expresa un tono serio informativo necesario para cierta información que se comunicara en las piezas.

Prueba de texto

Esto es solo una prueba
para evidenciar la legibilidad
de la tipografía.

Esta es una prueba con el texto, para conocer como se manejaría la información en cuanto a negritas o regular. También en esta etapa se hicieron pruebas de tamaños para determinar qué tipo es el más legible a menor tamaño, sin embargo se evaluó la utilización de 30 pt, ya que el formato es grande y esto se puede aprovechar para que al grupo objetivo y no se le dificulte la lectura de la información.

PRUEBA DE TEXTO

Esto es solo una prueba para evidenciar la legibilidad de la tipografía.

Se unieron las dos tipografías elegidas, Basic Font y Georgia para diferenciar titulares de texto. Así poder visualizar en conjunto y como una trabaja a favor de la otra, ya que las dos son diferentes y comunican diferentes tonos.

Aprovechando el grosor de la tipografía, se le dio un color de relleno, el cual se evaluó según lo que iba a comunicar, esta parte fue muy importante, ya que es uno de los elementos más importantes en las piezas, ya que es el titular y comunicará en sí lo que desea transmitir la campaña.

Una frase directa y concisa, expresando los sueños que puede tener un niño o niña para cuando sea mayor. Esto logra un tono emotivo que debe motivar al padre a apoyar a su hijo o hija para que realice sus sueños.

Se exploraron diferentes formas y colores, como tamaños los cuales se presentan a continuación.

8.5. ETAPA 5 (CREACIÓN DE TITULARES)

8.1.5. REDACCIÓN DE COPYS

Para esto es importante tomar en cuenta varios aspectos los cuales se deben de utilizar para comunicar lo deseado, se exploraron diferentes opciones con diferentes tonos. Estos titulares se crearon de manera que se evidencia la expresión de un niño, en este caso de los personajes, hablado personalmente a sus padres, de sus anhelos, deseos o sueños. Los copys no son extensos ya que esto facilita su lectura para el grupo objetivo, es acorde y puntual a la vez. Se simplificó la expresión para ser claro y conciso.

- Tono
- Genero
- Edad

Qué se desea comunicar:

- El deseo de estudiar
- Apoyo
- Coordinación entre tareas
- Superación

Énfasis: Niños hablándole a sus padres.

Mensaje: Deseo de estudiar.

Tono: Los niños expresan su deseo de superación.

Ideas generales:

Yo puedo leer.

Yo puedo escribir.

Yo quiero ser profesional.

Niño:

Yo quiero estudiar.

Yo quiero ser mejor.

Yo quiero saber más.

Yo quiero ir a la escuela.

Niña:

Yo quiero aprender.

Yo quiero participar.

Yo puedo hacerlo.

Yo puedo leer.

Yo puedo escribir.

Yo quiero ser profesional.

Afiches: El formato del afiche se va a utilizar en su mayor medida 18" x 24" para aprovechar al máximo el tamaño y así facilitar su captación de atención. Contando con la amplitud que dicho formato brinda se puede diagramar de una manera más libre, así evitar que los elementos se vean juntos o apretados.

Afiche 1 (niño en el campo): Informar de las oportunidades y el deseo de los niños.

Título: Yo quiero estudiar.

Cierre: Apoya a tus hijos para que estudien.

Afiche 2 (niña en la casa): Informar sobre la opción y deseo de los niños.

Título: Yo quiero aprender.

Cierre: Apoya a tus hijos para que estudien.

Afiche 3 (niño y niña): Informar sobre como los niños pueden estudiar y trabajar.

Título: Nosotros queremos saber.

Cierre: Apoya a tus hijos para que realicen sus sueños.

Estas frases fueron utilizadas y puestas a prueba ya en conjunto, en las piezas gráficas, sin embargo se dio un cambio importante y la comunicación se hizo más personal. Se cambiaron varios aspectos, se le puso un tono más casual de un diálogo de un niño expresándose para con sus padres.

Se cambió a:

Título: “Yo quiero ser Maestro”

Cierre: Apóyame para que estudie y no abandone la escuela.

De esta manera se evidencia un trato más personal del niño hacia el padre, para que el grupo objetivo se sienta más cuestionado directamente con el tema y sus hijos.

Se incluyó una pieza en la que aparece el personaje del padre, en la cual el padre dice:

Título: “Yo apoyo a mis hijos”

Cierre: o apoyo a mis hijos para para que estudien y no abandonen la escuela.

Como es evidente es un lenguaje bastante simple, esto por el grupo objetivo ya que las personas no se detienen a leer extensos textos, por eso se simplificó el mensaje para ser más claro y puntual.

**YO QUIERO SER
MAESTRA.**

**YO QUIERO SER
MAESTRA.**

**YO QUIERO SER
MAESTRA.**

**YO QUIERO SER
MAESTRA.**

Se exploró diferentes colores, con lo que se llegó a esta última opción la cual es la que tiene un degradado al centro del texto, lo cual hace una variante en la palabra, “quiero” lo cual es importante para la expresión de la pieza gráfica. Estos colores hacen énfasis en lo que es educación, proyecciones y sueños, para que de esta manera todo vaya acorde a la educación y a los sueños de los niños.

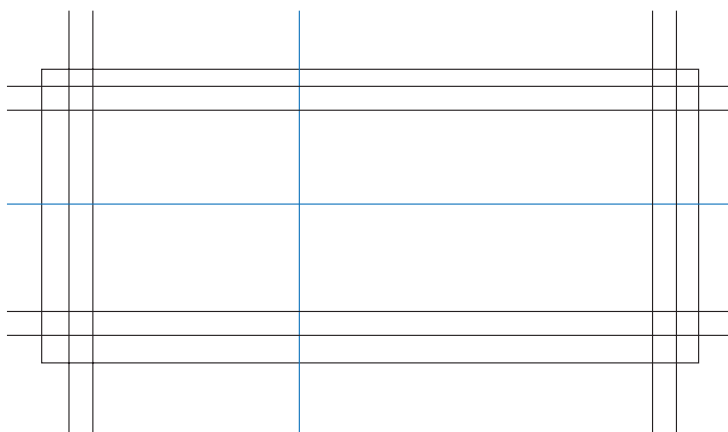
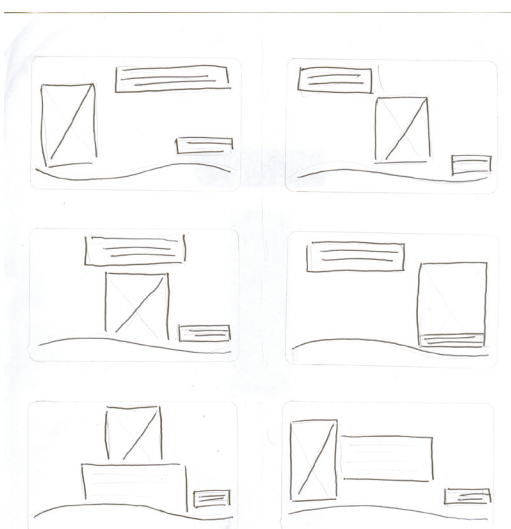
8.6. ETAPA 6 (retículas)

8.6.1. DISEÑO DE PIEZAS

La campaña “Amanecer aprendiendo” está dirigida a padres de familia por lo cual se investigó a lo largo de todo el proceso, como comunicarles lo deseado que es, causar conciencia e informar de las diferentes opciones que existen para no abandonar los estudios. A continuación se presenta el proceso de bocetaje y la presentación de piezas gráficas creadas para dicha campaña.

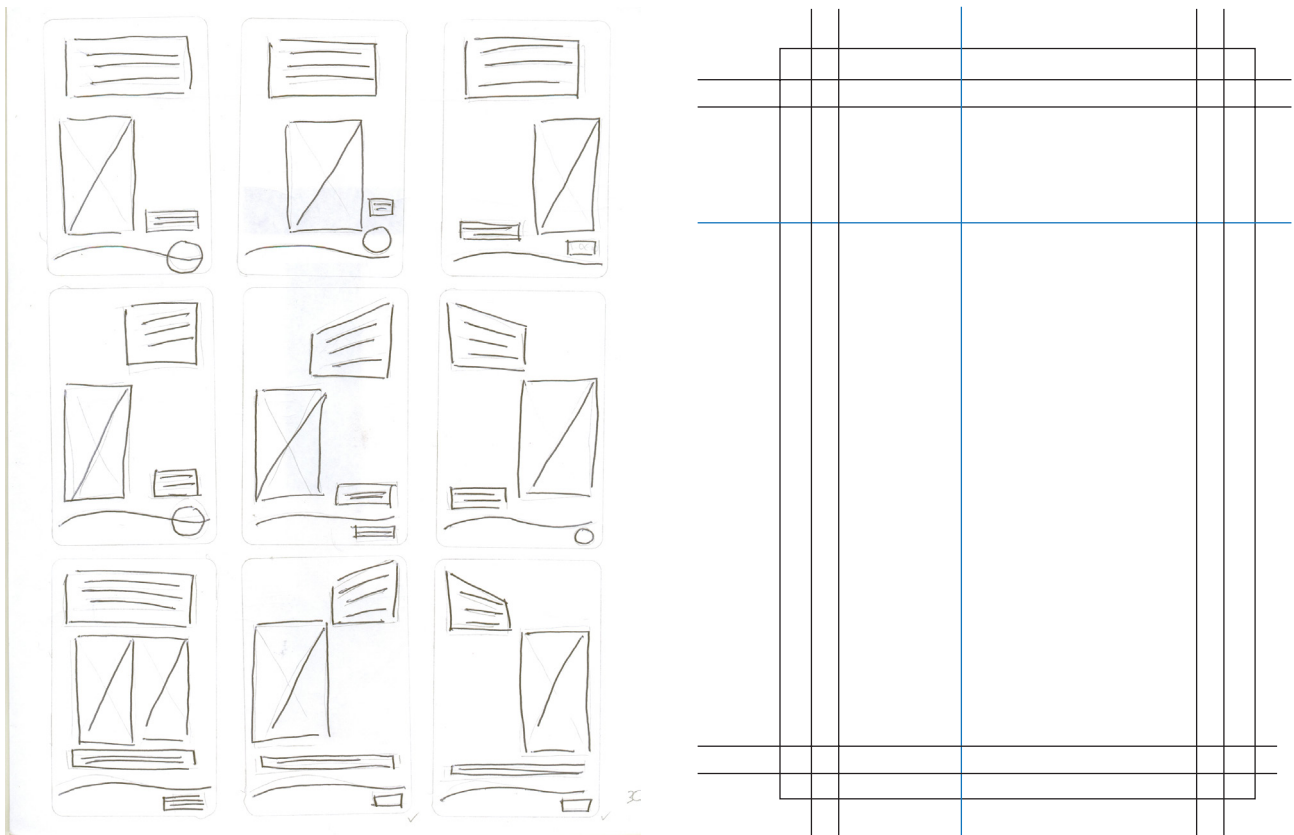
Su finalidad y/o propósito principal, es crear conciencia e informar a las personas (al grupo objetivo, padres de familia) de la importancia y necesidad de apoyar a sus hijos.

Estos afiches se colocarán en las escuelas, en el área central de la comunidad, mercado, tiendas, municipalidad, ministerio para crear una circulación de campaña por el centro del municipio ya que es donde se encuentra la mayor parte de la población. Es importante también mencionar que los días de mayor afluencia en el centro del municipio son los martes, jueves y fines de semana.



Se trabajó el bocetaje de afiche en horizontal, de esta manera evaluar la manera de como se vea mejor, en cuento a mensaje y fondos utilizados, también es importante a la hora de colocarlos en la pared o el lugar donde vayan a estar, ya que el formato es grande y ocupa bastante espacio.

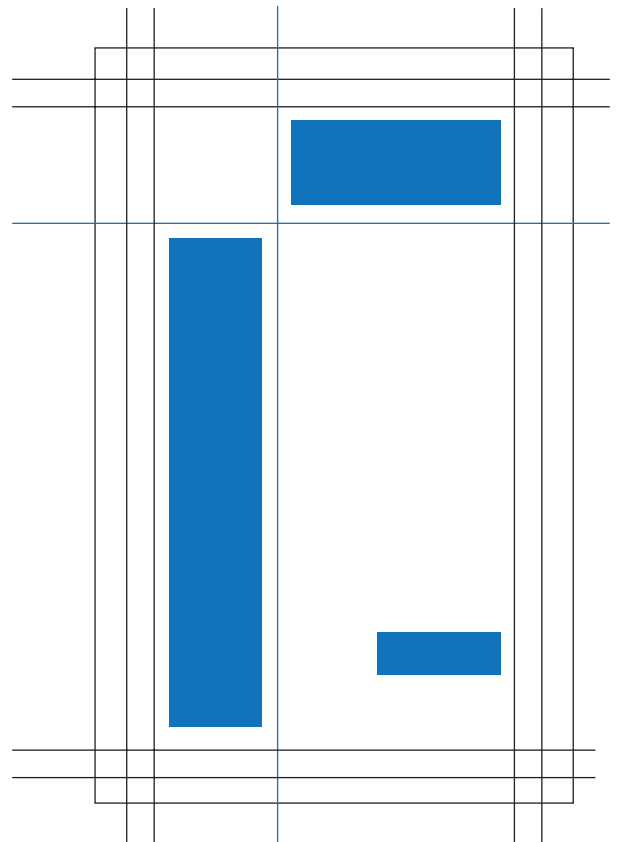
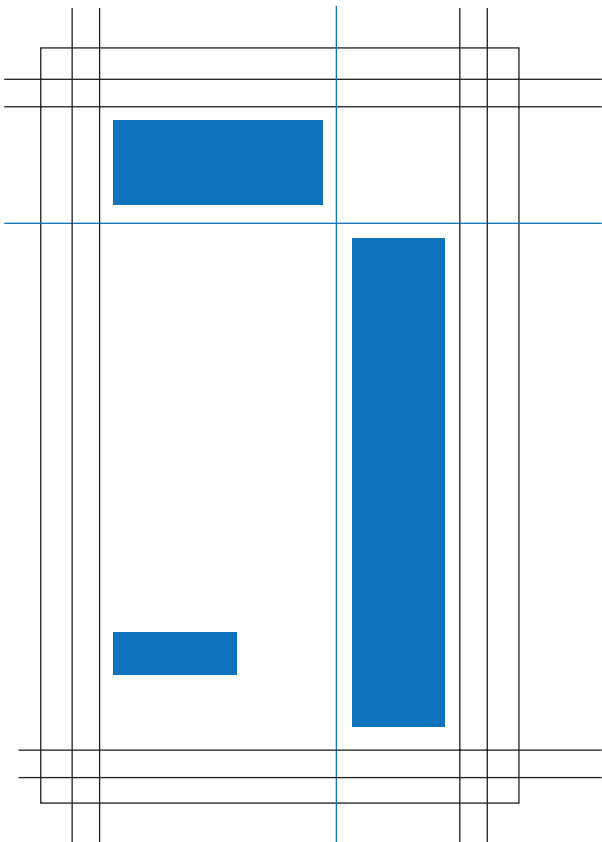
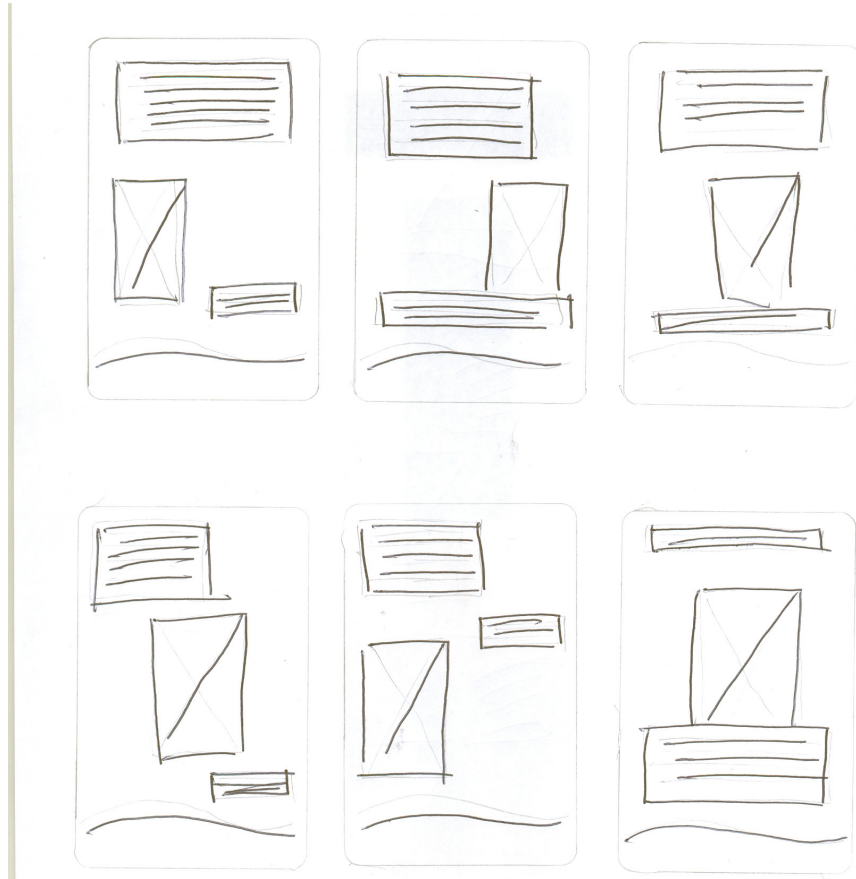
Se tomó en cuenta la importancia de la jerarquización para saber colocar los elementos.

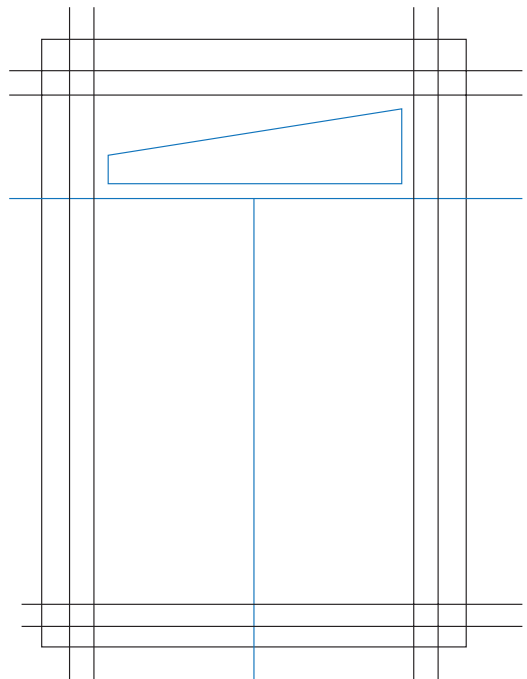
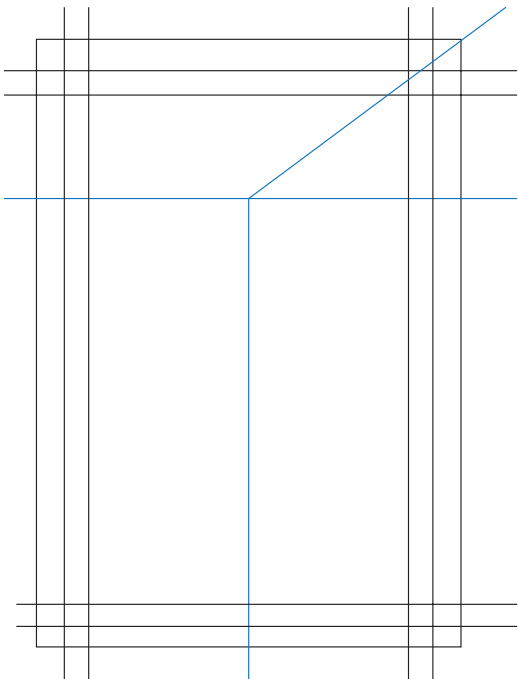
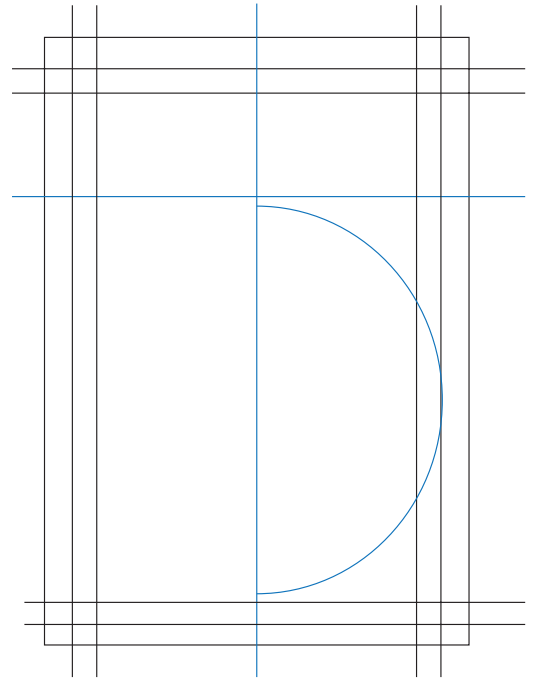
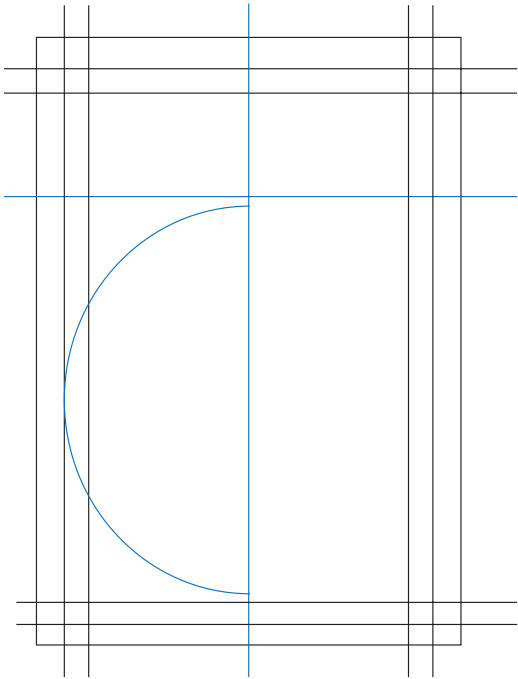
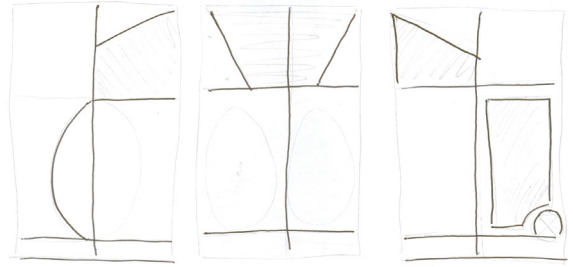
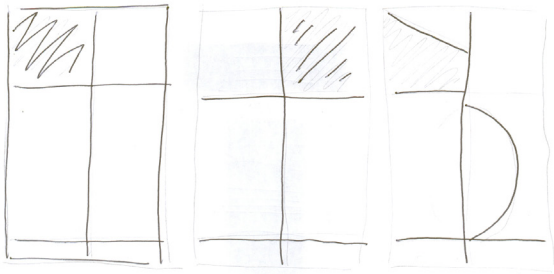


El fondo estará en segundo plano, de esta manera se le da mayor importancia al personaje y al copy.

Layout: se trabajó en base al copy - personaje y cierre. Se utilizan diferentes posiciones y ángulos.

Se definió utilizar una retícula la cual se evidenciará en los 4 afiches creados.

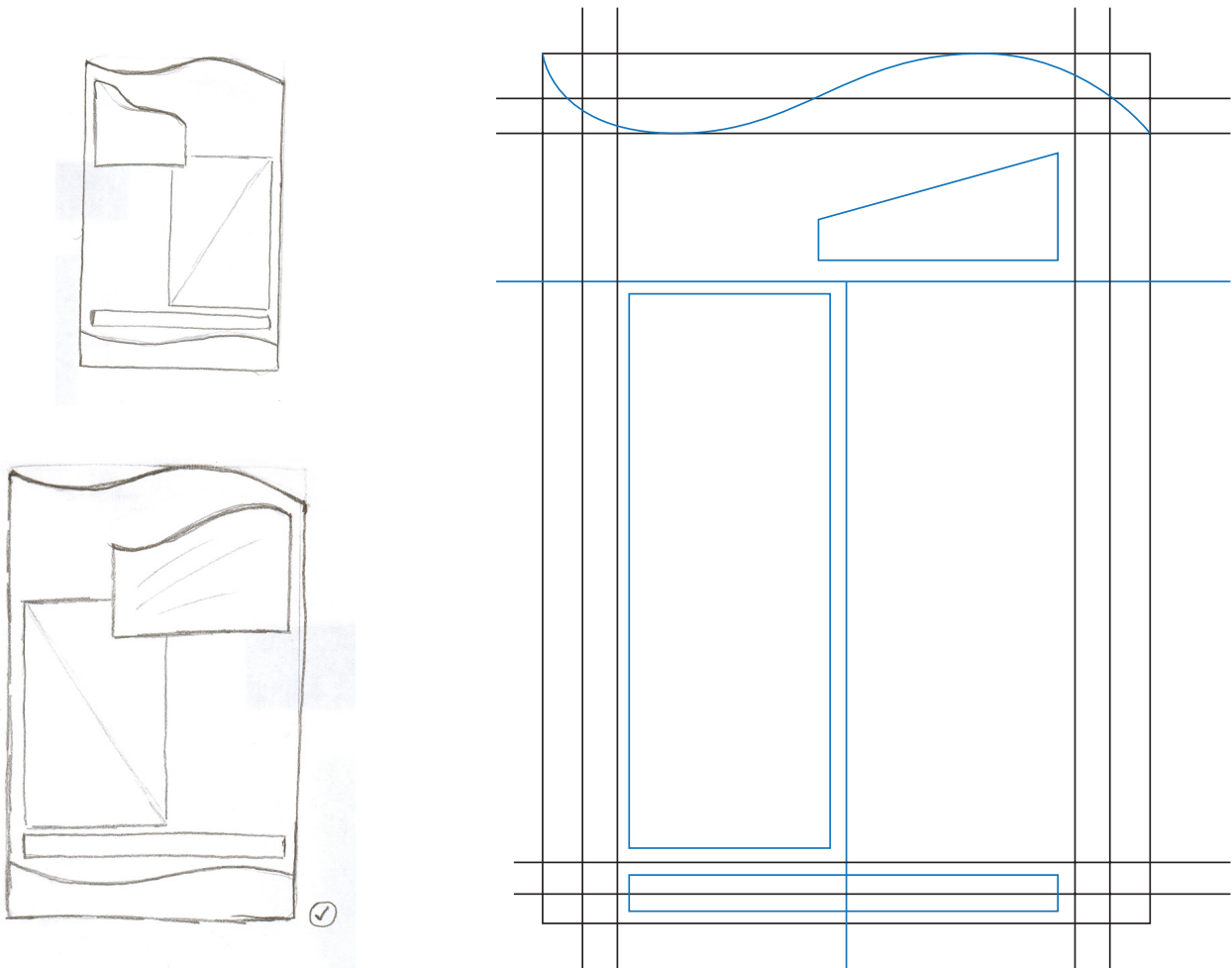




El fondo se trabajó con una fotografía, real del lugar (entorno) en el cual se colocó a los personajes, buscando de esa manera la identificación.

Se trabajó con un filtro fotográfico de color cálido, para trabajar en diferentes planos y darle un tono más acogedor al lugar, que el personaje se sienta cómodo en su lugar y que las personas lo vean como una proyección para lo que ellos quieren de ellos mismos.

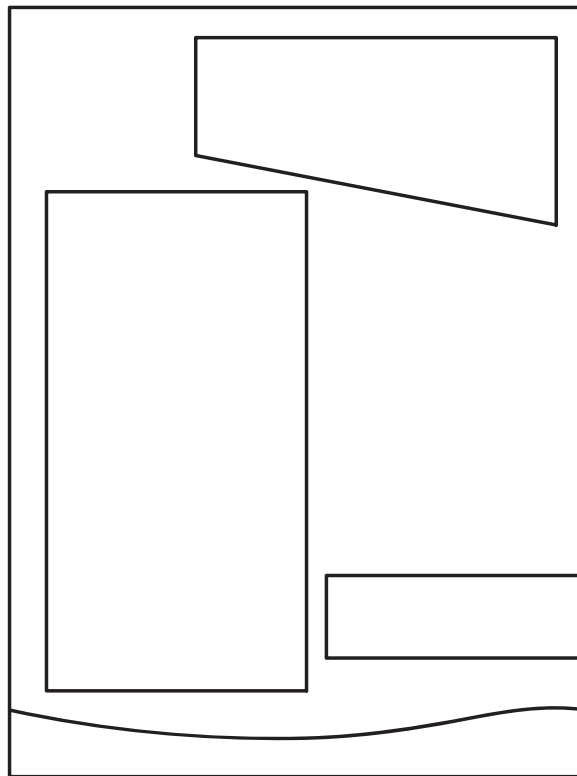
El segundo plano es el personaje y titular, (niño hablando), el niño estará representado en ilustración, vestido de una manera amigable, se verá como el niño que le gusta estudiar y que realiza ambas tareas, con el trabajo, a la vez se visualizará un niño con valor a pesar de su inocencia.



Al colocar todos los elementos en el afiche se identificó la necesidad de no utilizar un troquel, esto para bajar costos y aprovechar los espacios al máximo. Con el formato que se estará trabajando 18" x 24" se causará impacto.

Se trabajó de esta manera buscando llamar la atención en cuanto a los tamaños de copys y personajes.

A continuación se presentan los afiches:



Afiche 18" x 24"

Se trabajó bajo este formato con su respectiva diagramación. Sin embargo se realizaron cambios en cuento al diseño de los copys.

Se consideró trabajarlo de dicho lado como aparece en la imagen de la derecha, para que comunique el mensaje fácilmente, sin entrar en conflicto con los demás elementos como personaje y fondo.

Propuesta Afiche 1:

Formato: 18" x 24"

Diagramación:

Título: 115 pt.

Subtítulo: 53 pt.

En la parte inferior del afiche, se colocó el cintillo del Ministerio el cual es obligatorio, por lo que ahí mismo se colocó el identificador de la campaña. Aquí se observa al niño en un entorno de trabajo, con su bolsón listo para ir a estudiar.

Propuesta Afiche 2:

Formato: 18" x 24"

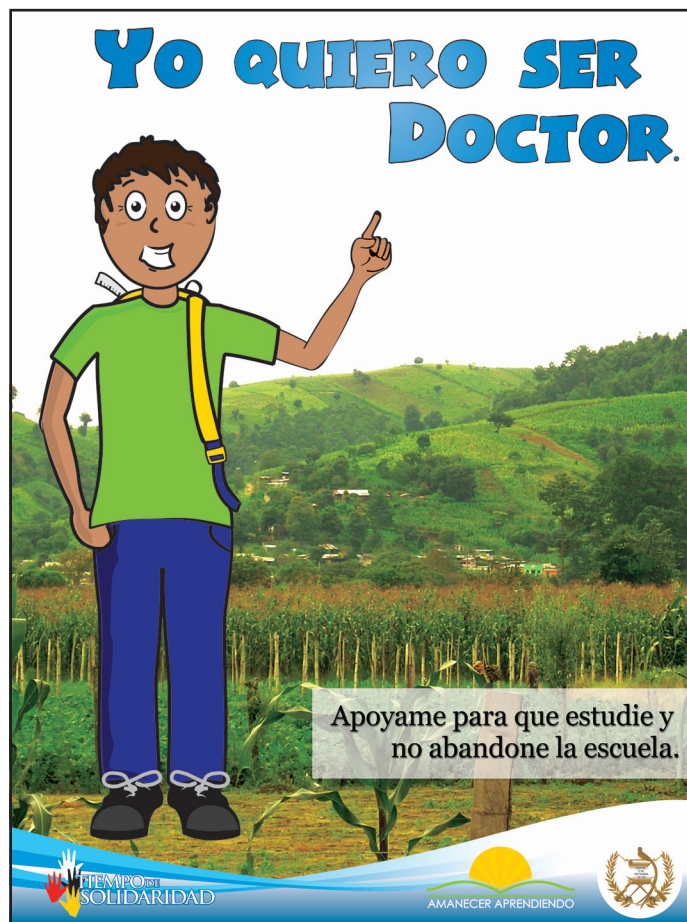
Diagramación:

Título: 115 pt.

Subtítulo: 53 pt.

En la parte inferior del afiche, se colocó el cintillo del ministerio el cual es obligatorio, por lo que ahí mismo se estableció el logotipo de la campaña.

La niña se encuentra fuera de su hogar, en el cual se observa que también cosechan ya sea para consumo propio o para ventas, esto da referencia el trabajo realizado dentro del hogar.



Propuesta Afiche 2:

Formato: 18" x 24"

Diagramación:

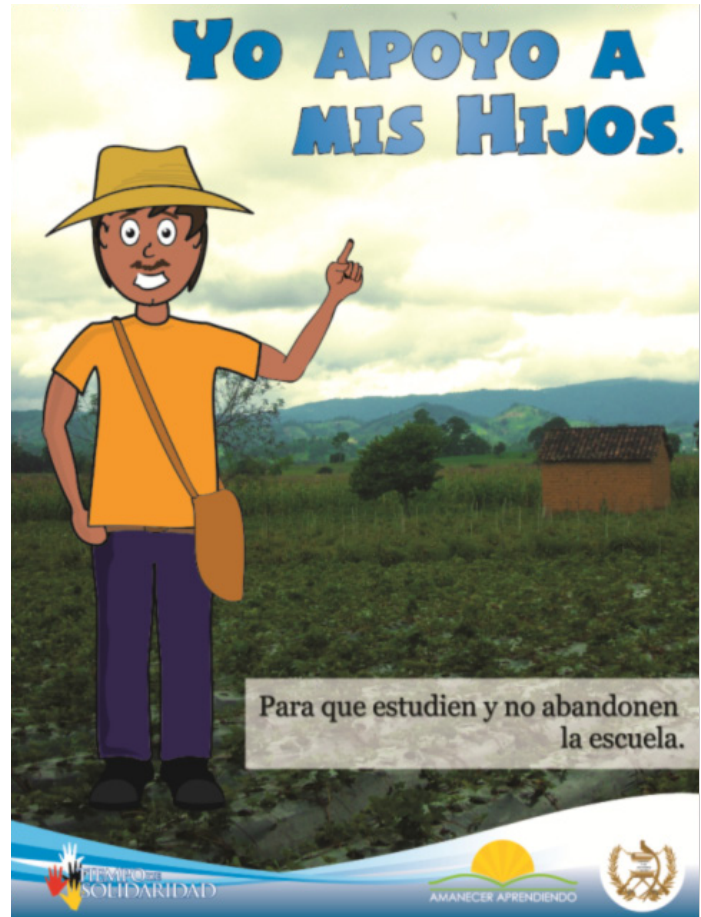
Título: 115 pt.

Subtítulo: 53 pt.

En la parte inferior del afiche, se colocó el cintillo del Ministerio el cual es obligatorio, por lo que ahí mismo se colocó el logotipo de la campaña.

El padre se encuentra en un entorno de trabajo común para ellos.

Se creó solo al padre ya que en cuanto al estudio es el padre el cual toma la decisión final sobre sus hijos.

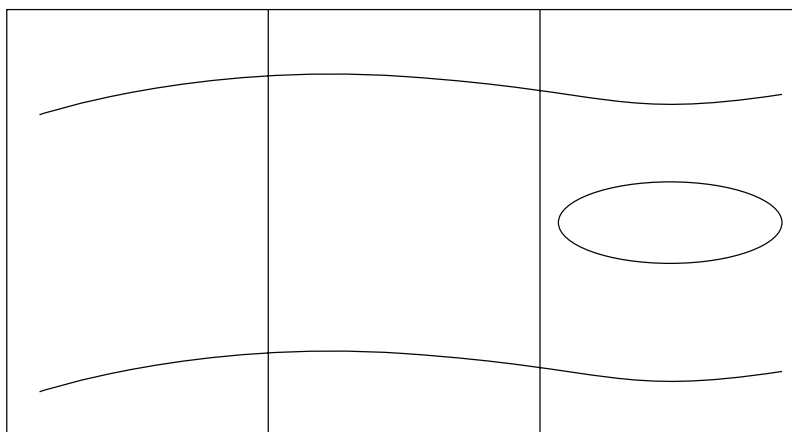
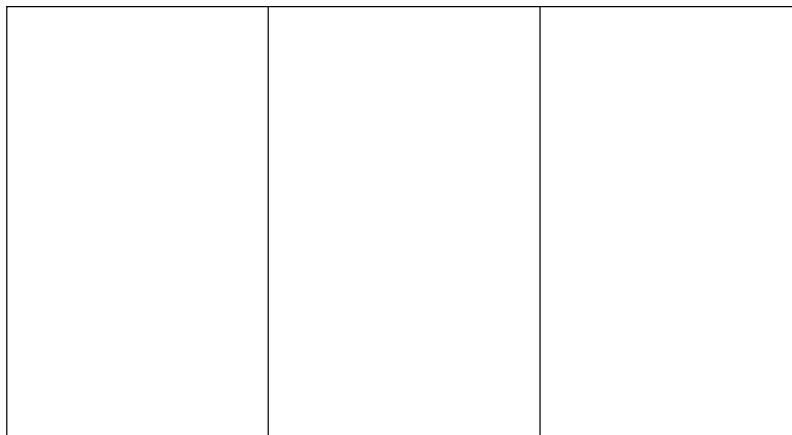


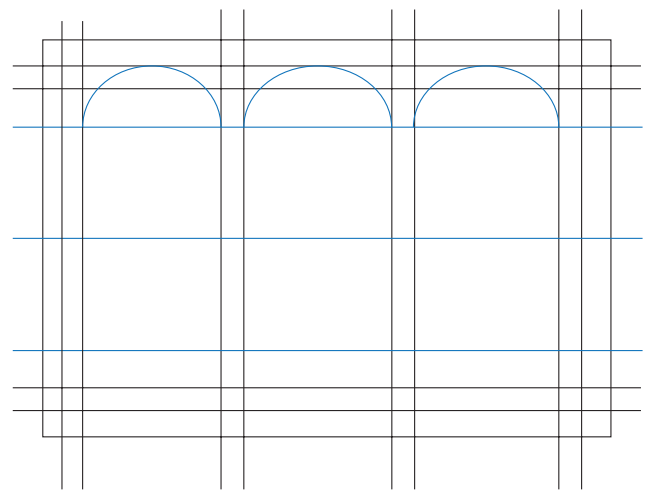
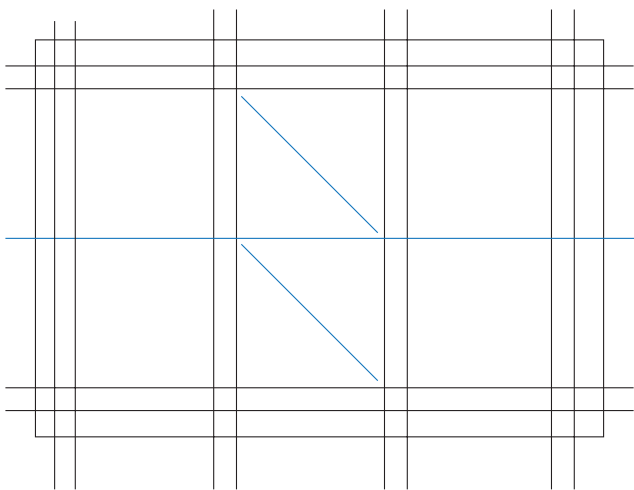
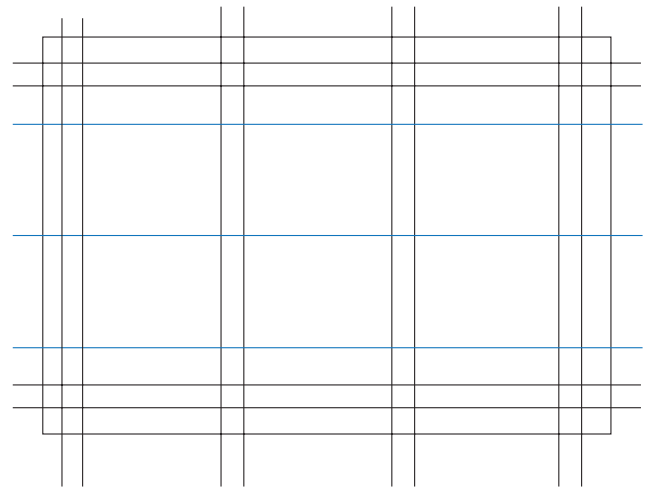
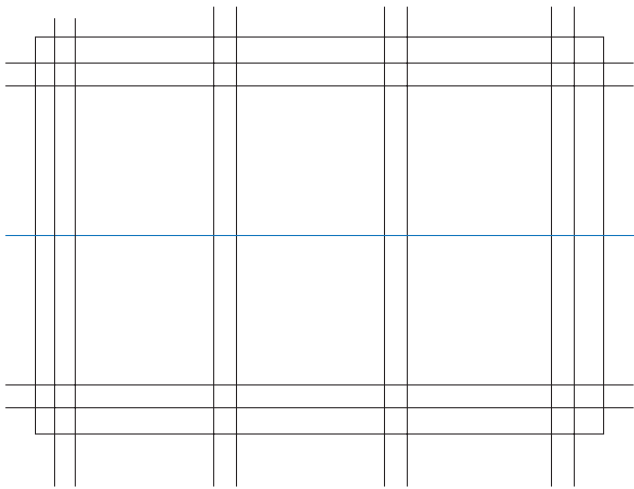
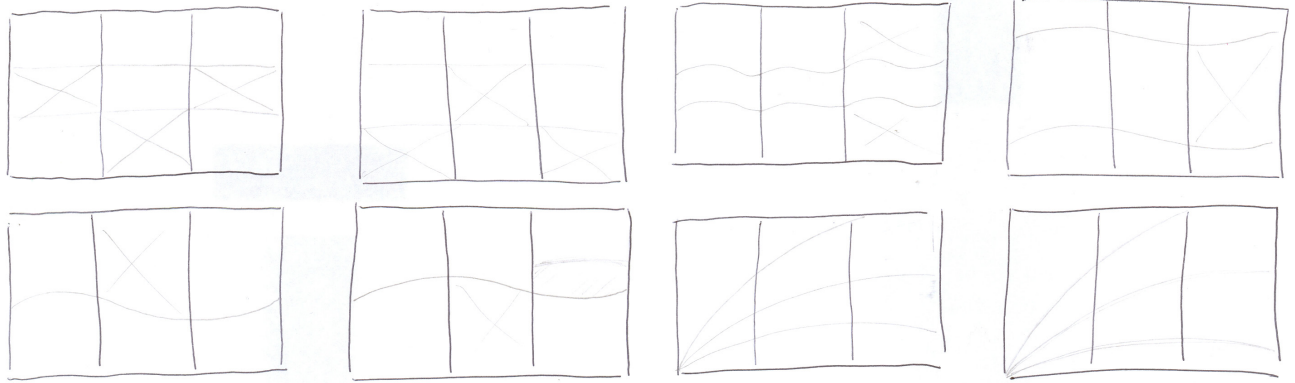
Trifoliar:

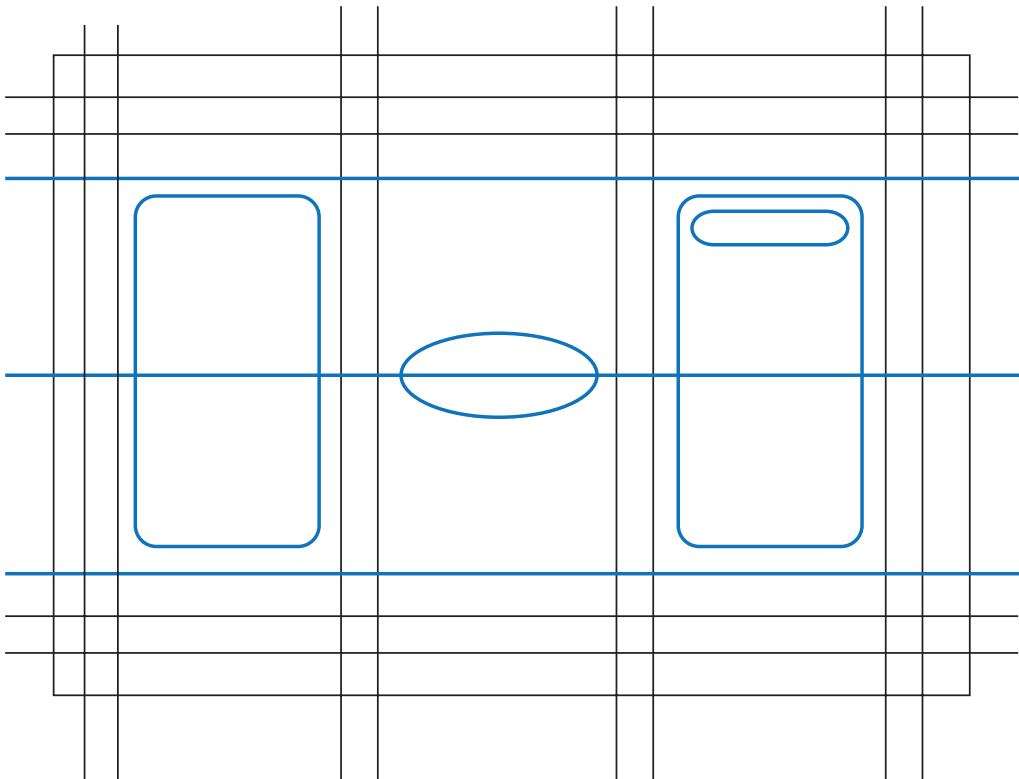
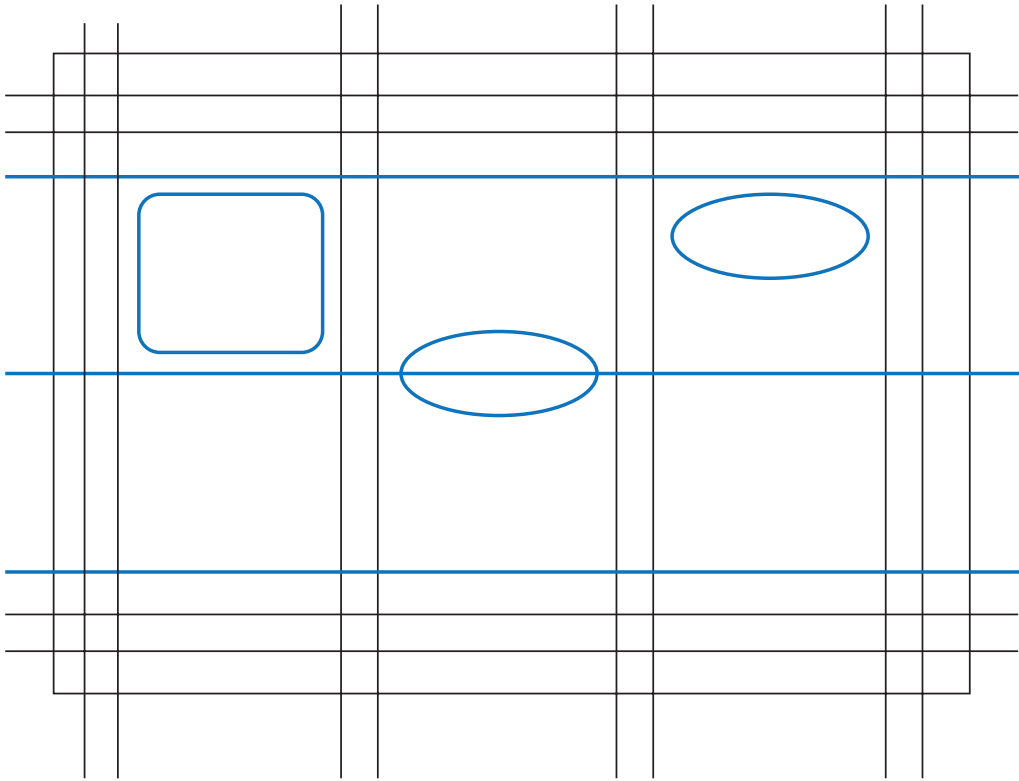
Su función principal es informar y concientizar haciendo énfasis en la importancia y el apoyo que necesitan sus hijos, de igual manera se informa de la opción de estudio - trabajo. De como el Mnisterio de Educación da la opción accesible para cualquier niño que tenga actividades fuera del colegio.

Se empezo a evaluar la utilización de un formato mayor al común y analizar el impacto versus costos, ya que todas las demás piezas estan siendo trabajadas a un formato mayor de lo común para causar el impacto necesario y no pasar desapercibido.

A continuación el proceso de bocetaje:







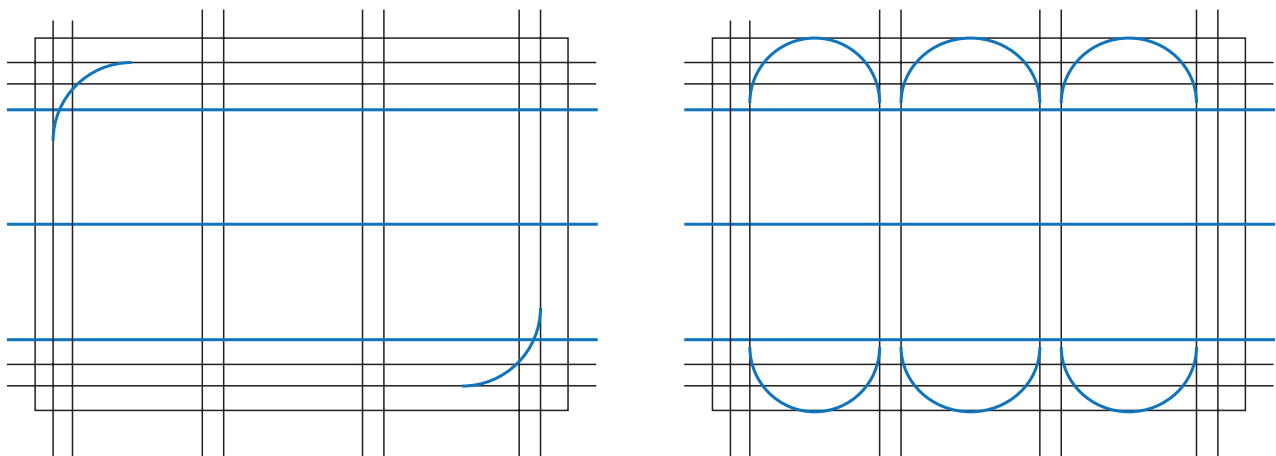
Formato trifoliar:

Se evaluó la utilización de un formato pequeño 8.5" x 11" y se decidió cambiar a uno mayor, de esta manera aprovechar los titulares en tamaños grandes, información más repartida en cuanto a columnas y fotografías de mejor calidad.

Esto acorde con el grupo objetivo favorece para captar su atención, ya que es importante impactar y sobresalir ante los demás documentos informativos.

Se trabajó poco texto, muy puntual en cuanto a la información redactada, destacando así solo puntos necesarios para informar a los padres, (grupo objetivo).

Se decidió utilizar un formato de 11" x 17" y así impactar visualmente, de igual manera este material puede ayudar a los padres a calendarizar las actividades de sus hijos, así podrán guardar el trifoliar y no desecharlo, lo cual es importante para este tipo de materiales, que perdure más de una vista por persona. Por esa necesidad se creó con el objetivo de que permanezca más tiempo con los portadores y así poder causar más impacto a más personas durante más tiempo y así cumplir que con una pieza se llegue a varias personas, afectas o posibles afectados.



ESTUDIO Y TRABAJO

El (MINEDUC) Ministerio de Educación a preparado un programa de 3 ciclos, esto para sus hijos que trabajan. El ciclo escolar de primaria es de 4 ciclos al año esto significa que hay 4 evaluaciones al año, en caso de que sus hijos trabajen se les promediara el año en 3 ciclos, con lo que tendrán solo 3 evaluaciones al año.

Esto está hecho para que sus hijos puedan contar con la educación sin que no permita que colaboren con el trabajo para el hogar.

Formato de estudio/trabajo.

Mes	Solo Estudios.	Estudio y Trabajo
Marzo	1er evaluación	1er evaluación
Junio	2da evaluación	2da evaluación
Julio	Vacaciones	Vacaciones
Sept.	3ra evaluación	3ra evaluación
Nov.	4ta evaluación	

AMANECER APRENDIENDO

AMANECER APRENDIENDO, es un proyecto que les informara a ustedes, padres de familia, la manera de como el Ministerio de Educación preparo el programa de ciclos escolares para sus hijos que colabron con usted en el trabajo.

Con este trifolear podra informarse de como podra apoyar a su hijo y la importancia de la permanencia de sus hijos en la escuela.

YO APOYO A MIS HIJOS.



PARA QUE ESTUDIEN

IMPORTANCIA DE LOS ESTUDIOS

- El estudio permite a sus hijos que se desarrollen como mejores personas, desarrollan capacidades intelectuales que pueden emplearlas mas tarde en su vida cotidiana, como el trabajo. El estudio es una puerta al futuro, es el mañana, sus hijos podrán contar con más opciones y mayor facilidad para tener una mejor calidad de vida.
- Les permitirá desarrollar capacidades como proyecciones en el trabajo, nuevas ideas, economizaran tiempo en las tareas asignadas. El estudio permite ganar más, como persona, permite abrir más oportunidades para ellos mismos y su familia.
- Sus hijos deben de desarrollar un hábito de constancia, organización y responsabilidad. Es importante que los padres apoyen y cooperen con los niños para guiarlos por este camino. Esto les facilitara asimilar las responsabilidades que tendrán que tener.
- Se les facilitara reflexionar, cuestionar y seleccionar la información, esto para proyecciones del futuro y decisiones que deban de tomar a la hora de estar trabajando. Algo muy importante es que con la experiencia y el conocimiento desarrollaran la capacidad de resolver problemas en corto tiempo.

APOYE A SUS HIJOS

El estudiar es una opción de transformación, la cual requiere de:

Disposición: querer hacer, el estudio se debe ver como un medio para alcanzar.

Disciplina: compromiso, el tener un orden para cumplir las cosas a tiempo, esto se apega a los niños y al grupo objetivo, ya que desde corta edad desarrollan la disciplina ya que ellos aprenden a establecerse un horario.

Constancia: persistencia, hacer del estudio y del trabajo una practica cotidiana y no una actividad extraordinaria.

Estos son factores importantes para obtener un buen resultado en los estudios, es importante desarrollar y apoyar a sus hijos para que desarrollen dichas habilidades.

ESTUDIAMOS Y TRABAJAMOS



Como es evidente en las anteriores imágenes, se nota la poca utilización de información de esa manera no ser redundante y ser claros a la hora de exponer el tema. El texto está en 14 pt. lo cual es un tamaño grande, legible fácilmente para el grupo objetivo.

En el trifoliar se expusieron fotografías al igual que en las demás piezas para que las personas se identifiquen y se utilizó la misma línea de diseño de esa manera que todo esté acorde a lo trabajado.

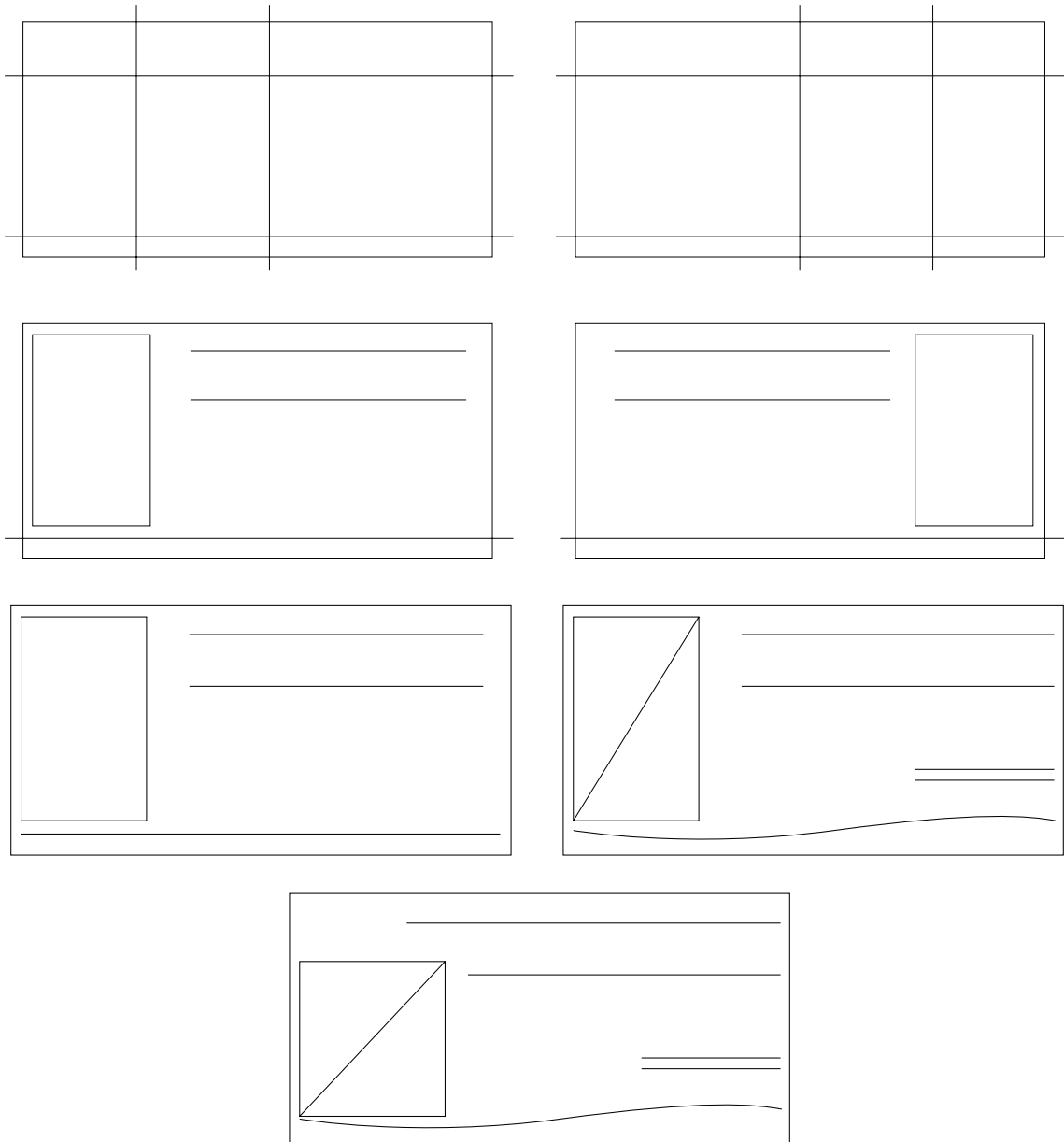
En la portada se utilizó el copy: “Yo apoyo a mis hijos.” viniendo del padre de familia, para que los padres se identifiquen (grupo objetivo) y les interese saber más sobre el contenido del mismo.

Se utilizó un troquel el cual hace énfasis con los colores y un nuevo amanecer, una nueva oportunidad para las personas, explotando así el contraste de colores entre fondo y titulares como troquel.

Manta:

Se tenía contemplado trabajar una valla, sin embargo se analizó esta opción y se decidió trabajar con una manta, ya que es algo más utilizado en esa región, es más fácil de colocar e incluso se pueden colocar más dentro del municipio, como en calles principales o lugares de mayor afluencia.

La manta se trabajó bajo la misma línea de diseño y así que las personas vayan identificando la campaña. Esto facilitará que todos se enteren de la información.



Diagramación:

Se trabajó en base a lo que necesitaba comunicar, se aprovechó esta pieza para ser más puntual (poco texto) como se ha trabajado las demás piezas, a lo largo de este proceso de investigación he notado que las mantas son comúnmente utilizadas y todas cuentan con algo en común, lo que es, la saturación de información, por lo que fue primordial trabajar con poco texto y así poder sobresalir y captar la atención del observador.

Manta:

En la manta se observa al padre comunicando al grupo objetivo sobre su apoyo, esta pieza no contiene mayor información, ya que su propósito es el siguiente:

Presencia de campaña.

Crear impacto y conciencia.

Que el grupo se cuestione sobre la campaña.



Radio

Se creó un anuncio de radio el cual será escuchado por la comunidad, ya que el grupo objetivo acostumbra escuchar radio diariamente. Se trabajó bajo el concepto con el cual se han trabajado todas las piezas de dicha campaña.

Tema: deserción escolar por necesidad de trabajo.

Nombre: Yo quiero ser.

Duración: 30 seg.

Campaña: Amanecer aprendiendo.

Concepto: “No a la deserción, el futuro es la Educación”.

Locutor

(Voz de Padre 25 años)

Yo quiero un pick up.

(Voz de Madre 25 años)

Yo quiero un vestido.

(Voz de Padre 25 años)

Yo quiero un terreno.

(Voz de Madre 25 años)

Yo quiero una casa.

(Voz de Padre 25 años)

Yo quiero una buena cosecha.

(Voz de Madre 25 años)

Yo quiero cocinar.

(Voz de Padre 25 años)

Yo quiero descansar.

(Voz de Madre 25 años)

Yo quiero buen clima.

(Voz de Locutor)

Todos queremos algo, pero a veces no escuchamos a los que más nos importan.

(Voz de niños)

Nosotros queremos estudiar.

(Voz de Locutor)

Apoya a tus hijos para que estudien y así realicen sus sueños y alcancen todos sus deseos.

Cierre. Amanecer aprendiendo, Ministerio de Educación.

Promocional:

Se crearon promocionales, estos cooperaran con la campaña y la comunicación alrededor del municipio, asi se creara mención de campaña y es un medio de comunicación gratuito el cual seran los portadores de los promocionales. Se crearon camisas y bolsas, las cuales son utilizadas por el grupo objetivo.



Promocional:

Estas dos cosas, son útiles para el grupo objetivo, lo cual ayuda a cumplir su función de ser algo que les sirva para trabajar y realizar otras actividades, como para llevar el mensaje a otras personas.

8.7. VALIDACIÓN

8.7.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Como parte de la investigación se realizó el proceso de validación de la campaña “Amanecer Aprendiendo”, se crearon instrumentos adecuados para poder extraer información importante y necesaria. Dichos instrumentos fueron cuestionarios/entrevistas que se les realizó a expertos en el tema, diseñadores gráficos y una muestra del grupo objetivo. A continuación se presenta el análisis realizado bajo los resultados obtenidos.

Expertos en el tema:

Para la validación de expertos en tema, se realizó una entrevista con personas del Ministerio de Educación del Municipio de San Juan Comalapa, ya que ellos son los encargados y llevan el control de toda la información la cual requería para dicha validación, su experiencia laboral en el tema es amplia por lo cual pudieron darme sus diferentes puntos de vista sobre el tema.

La campaña “Amanecer Aprendiendo” informa y concientiza a los padres de familia de cómo es necesario e importante el apoyo a sus hijos para que permanezcan estudiando.

El tono utilizado para comunicar el mensaje se consideró el adecuado y legible, esto en base también a la tipografía utilizada. Esto facilitará al grupo objetivo la comprensión de las piezas y de la campaña completa.

La tipografía había sido cuestionada por Diseñadores, lo cual llevó a la creación de otras opciones, sin embargo al tener la retroalimentación necesaria del experto y de otros Diseñadores como del grupo objetivo se le dio continuidad a la ya trabaja anteriormente.

En cuanto a los colores utilizados, se crearon cambios debido a la opinión y percepción del experto ya que los colores y formas de cómo estaba la vestimenta en los personajes podía mejorarse, esto buscando la mayor identificación posible.

En cuanto al formato de las piezas, se concluyó que es un buen tamaño para causar impacto.

La pieza que fue descartada, es el trifoliar, ya que es una pieza que no iba a ser funcional debido a la cantidad de información, por lo que se evaluó conjunto a su opinión y se decidió realizar un calendario, mostrando ahí la solución al problema de investigación, los 3 ciclos de evaluaciones para niños que trabajan y estudian.

Las fotografías utilizadas son reconocidas y muestran la realidad tal y como es, en la cual se presenta el grupo objetivo y existe una armonía entre personaje (ilustrado) y fotografía (real).

Los materiales promocionales que se regalarán al grupo objetivo fueron calificados según su función y su mensaje, se obtuvo una respuesta positiva por los expertos, ya que será algo útil para ellos.

Los afiches cumplen en cuanto a los expertos su principal función, la cual es causar impacto y concientización, se aprovecha de buena manera el formato utilizado y la fotografía en conjunto con la caracterización de los personajes. Se considerarán cambios al obtener más retroalimentación por parte de las demás encuestas, ya que se quiere aprovechar para informar a los padres, (grupo objetivo) sobre los tres ciclos estudiantiles, para niños que trabajan y estudian.

Diseñadores Gráficos:

La validación con Diseñadores Gráficos fue realizada con mucho éxito ya que se obtuvieron diferentes opiniones con forme a la campaña, se realizaron encuestas – entrevistas en las cuales los diseñadores no solo contestaron las preguntas realizadas, si no, también aportaron sus ideas y comentarios abiertamente. El concepto fue captado y los cambios realizados, fueron detalles informativos.

El cuestionario fue realizado de una manera la cual facilitara su entendimiento, utilizando palabras técnicas y conocidas para obtener un mejor resultado, también se les dio la opción de hacer comentario e incluso dar otras opciones ya fuera el caso.

La paleta de colores utilizada fue positiva, ya que las ilustraciones fueron vestidas con colores que denotan una acción, lo cual es la función del personaje, crear una persona activa, con decisión. Esto fue cuestionado por los expertos, para mejorar la identificación, al final del análisis realizado se tomará la decisión de cambios. Fue importante recibir la opinión y punto de vista de los Diseñadores ya que el color esta empleado para causar efectos que atraen el ojo de las personas, por lo que se utilizaron colores secundarios con mensajes específicos para cada personaje.

Los colores utilizados en la tipografía de los titulares fue cuestionada, ya que si su función era llamar la atención, se debía utilizar un color plano y claro, para que no perdiera su legibilidad.

Un punto importante fue la parte de la tipografía, ya que cada Diseñador tiene un punto de vista diferente sobre las mismas, sin embargo el conocimiento de las familias hizo que el resultado fuera positivo, ya que al principio se cuestionaba la utilización de titulares escritos en letras mayúsculas. Se llegó al resultado deseado, ya que una frase en letras mayúsculas le da jerarquía al mensaje, la jerarquía necesaria del personaje, ya que no se puede desligar el hecho de analizar solo la tipografía sin el personaje ya que es un conjunto y funcionan de esa manera.

Los formatos utilizados fueron calificados como los más acordes con su objetivo, lo cual es satisfactorio ya que cumplen con su función, captar la atención. La retícula utilizada fue calificada como adecuada ya que comunica con un recorrido visual.

Fue importante la creación de los mensajes utilizados, ya que se buscó la manera de hacerlos lo más cortos y funcionales posible, ya que para el grupo objetivo el detenerse a leer es algo poco común, por lo que fue un acierto el tono y lo corto del mensaje.

Los fondos empleados en los materiales de la campaña “Amanecer aprendiendo” fue una buena opción y se aprobó por los diseñadores, ya que la utilización de caracterización no iba a cumplir lo mismo que la imagen realista de la fotografía. Esto ayuda a que las personas de la comunidad se identifiquen por lo que no se realizaron cambios en ese aspecto.

El texto está colocado en un lugar legible por lo que no fue necesario colocar más elementos que cargasen la pieza. La fotografía se trabajó de tal manera vertical para aprovechar bien la diagramación estipulada.

En cuanto a las ilustraciones de los personajes, los Diseñadores creyeron que el grupo objetivo si sería identificado, sin embargo en este caso se evaluó también el resto de las opiniones ya que los expertos y en sí el grupo objetivo iban a dar una respuesta más acertada.

Una parte importante es el identificador de campaña, los Diseñadores respondieron en su mayoría de que va con el concepto, lo cual es importante ya que identifica cada pieza como una misma campaña conjunto con lo comunicado.

Se evaluó con los Diseñadores los materiales promocionales y estos fueron aprobados por ellos, ya que cumplen su función y además es un aporte a la comunidad, no solo hablando de la campaña en sí, sino también de aportarles algo útil a ellos.

Grupo Objetivo:

Se encuestó a los padres de familia, lo cuales cumplían con las características del grupo objetivo. En general se obtuvieron respuestas positivas de la campaña “Amanecer aprendiendo” ya que transmite el mensaje y comunica lo deseado.

La tipografía empleada fue bien vista, ya que es entendible para ellos y los formatos empleados en conjunto con una diagramación ordenada con un flujo visual, les facilita la lectura y captación del mensaje.

En cuanto a las ilustraciones, los personajes fueron vistos como personas con expresiones de acción y de entusiasmo, lo cual fue positivo, sin embargo hubo que hacerles cambios en la vestimenta ya que, los trajes deben ser respetados para mejorar la identificación y la relación entre el emisor y receptor.

Los padres de familia (personajes) fueron percibidos como personas ejemplo, padres con ideales que les gustaría adaptar y seguir. Con esto se confirmó que el mensaje utilizado es el adecuado para lograr objetivos deseados. Si se logra hacer que los padres aspiren a ser y adaptar la actitud de los personajes para con sus hijos, será un resultado satisfactorio.

El personaje connota un valor significativo para su comunidad, para su familia y entorno. Su ideología es diferente y se transmite desde su expresión hasta sus colores, para transmitirlo en todas sus acciones.

Los productos promocionales fueron aprobados por el grupo objetivo ya que piensan que es algo útil y de su agrado.

8.8. CAMBIOS REALIZADOS

En base a los resultados obtenidos de las validaciones, se tomó la decisión de realizar algunos cambios sugeridos, se pusieron en consideración alguno otros y se llegó a la conclusión de cuales eran necesarios y cuales innecesarios. A continuación se describe las modificaciones de las piezas, se mostrará el antes y el después para facilitar la identificación de los cambios y del por qué.

Cambios generales:

Se identificaron faltas ortográficas por lo que fueron corregidas, se mejoró la separación de los titulares para facilitar su legibilidad.

En los afiches se realizaron cambios en cuanto a los colores de los titulares, ya que un color plano mejorará su función de llamar la atención y causar impacto. Se cambió el cuadro (rectángulo) informativo por una forma más “amigable” ya que el rectángulo rompía con la fluidez de los demás elementos colocados en las piezas. De igual manera se cambió la tipografía del cuerpo de texto o del “texto informativo” ya que al grupo objetivo se le facilita más leer una tipografía palo seco.

Se realizaron cambios en cuanto a personajes, detalles de la expresión, tés y vestimenta en general, para poder lograr mayor identificación. Un punto primordial de la campaña.

Uno de los aportes más significativos fue la de los expertos y grupo objetivo, lo cual hizo que se cambiara y descartara la utilización de una pieza, el trifoliar, el trifolio era la pieza con mayor contenido informativo para el grupo objetivo, los padres. Sin embargo su funcionalidad fue puesta en cuestionamiento en la etapa de validación. Lo que llevo a considerar su uso, se concluyo que la mejor manera de darle algo (material informativo) al grupo objetivo era hacer un calendario, con el cual pasaran todo el año y así tener mención de campaña por mayor tiempo.

Aspectos negativos del trifoliar:

El trifoliar fue calificado como una pieza con mucha información, la cual el grupo objetivo no iba a leer ni interesarse.

Su poca funcionalidad iba llevar a un desperdicio de recursos, por lo que fue necesario crear una pieza no de reemplazo, sino de una nueva propuesta funcional. En base a información, interés y uso.

La propuesta del cintillo se modifico, dejando así los elementos necesarios por el Ministerio de Educación y colocando con un orden jerárquico los logotipos entre los cuales se encuentra el identificador de campaña.

Cintillo:

ANTES



DESPUÉS



Personajes:

ANTES

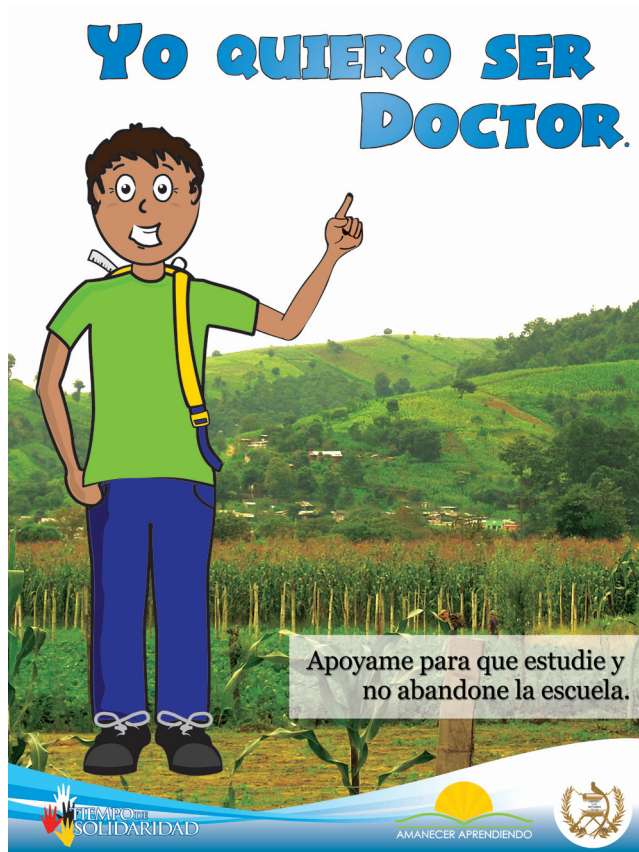


DESPUÉS

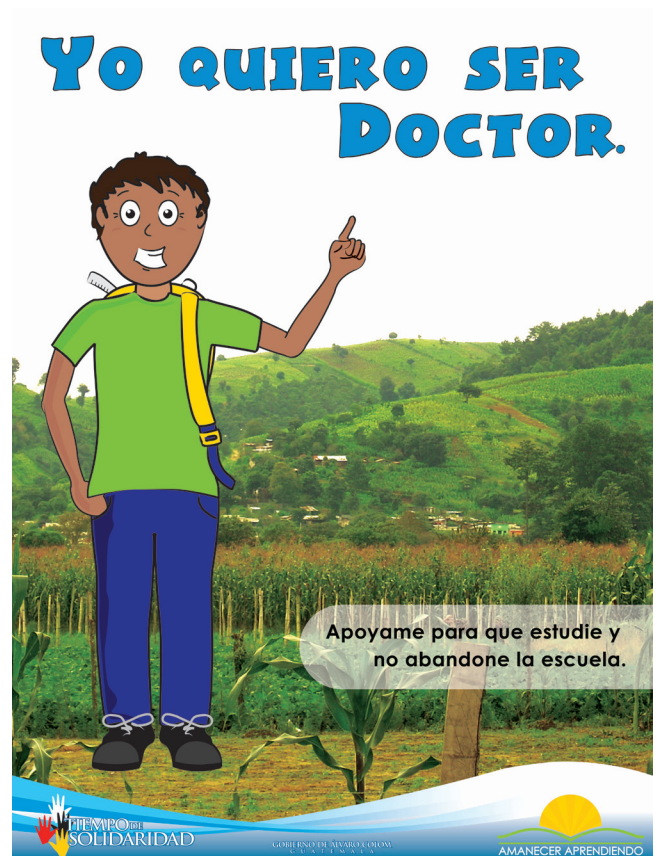


Afiches:

ANTES

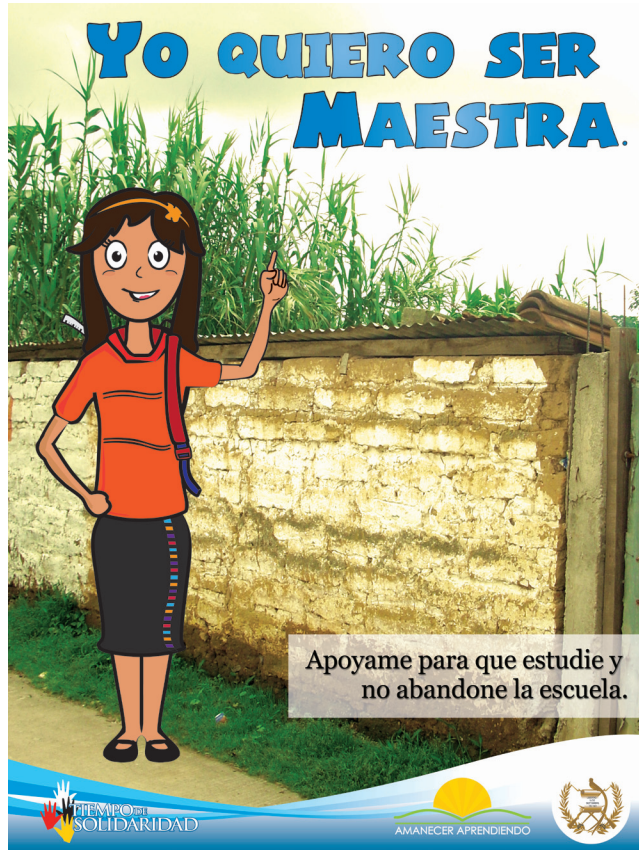


DESPUÉS

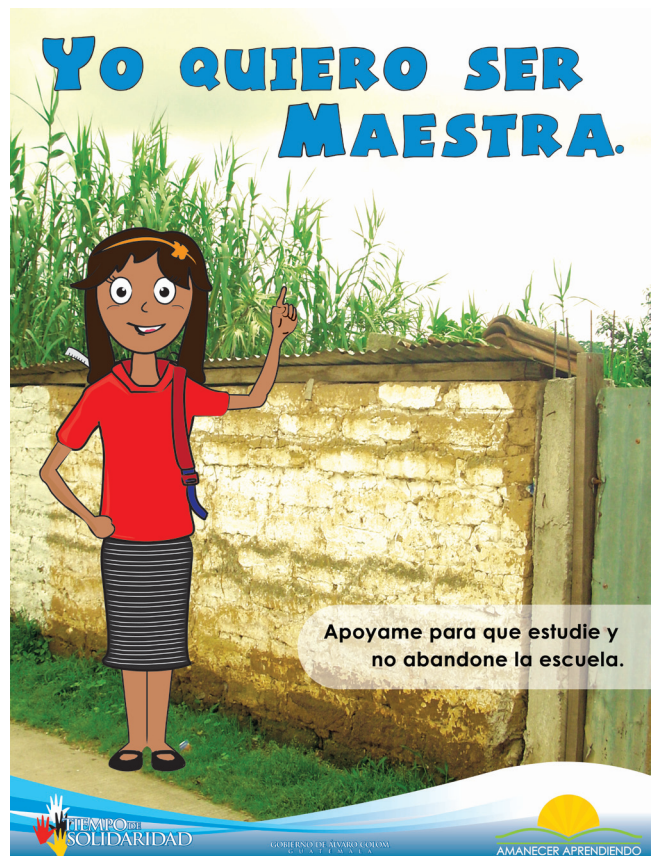


Afiches:

ANTES

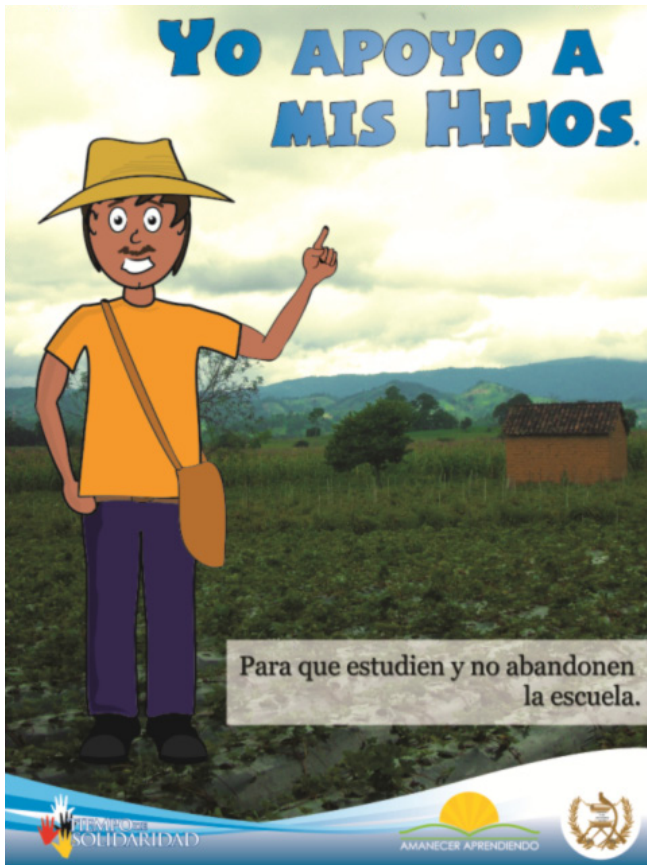


DESPUÉS



Afiches:

ANTES

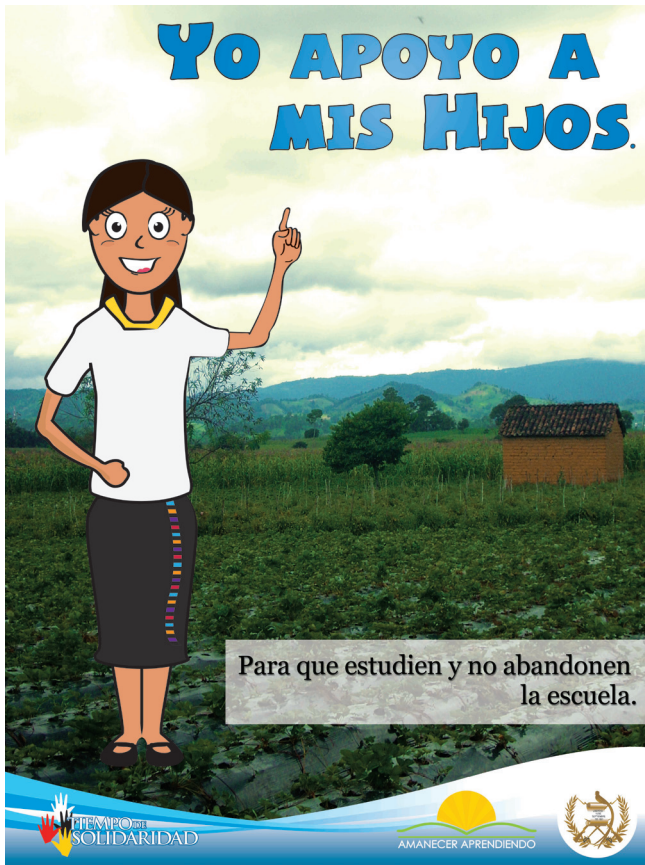


DESPUÉS

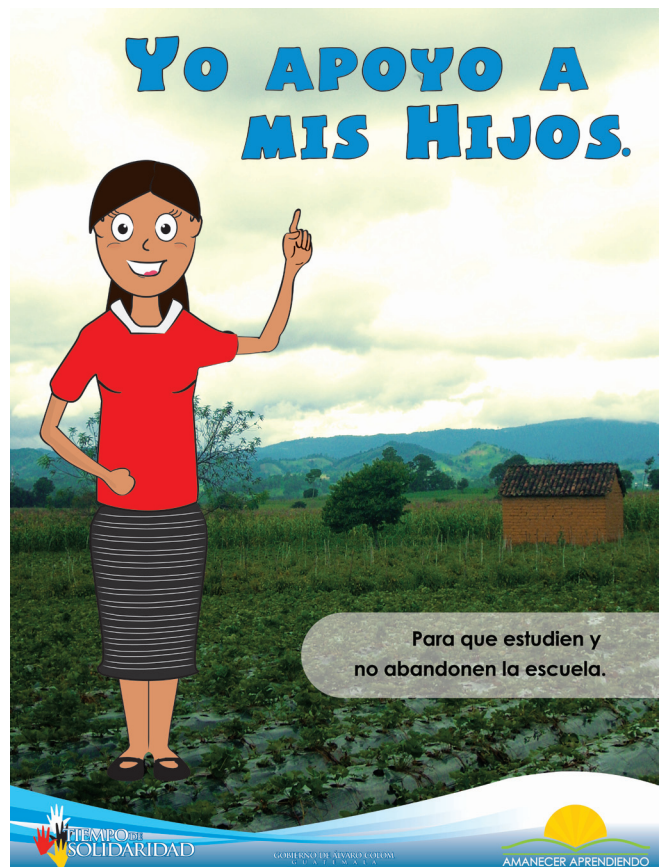


Afiches:

ANTES



DESPUÉS



Mantas:

ANTES



DESPUÉS



Mantas:

ANTES



DESPUÉS



Calendario: (Propuesta nueva a cambio del trifoliar)

NOSOTROS APOYAMOS A NUESTROS HIJOS.

Ciclo escolar de 3 evaluaciones 2011.

Enero 2011							Febrero 2011							Marzo 2011							Abril 2011						
D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12	6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9
9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19	13	14	15	16	17	18	19	10	11	12	13	14	15	16
16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26	20	21	22	23	24	25	26	17	18	19	20	21	22	23
23	24	25	26	27	28	29	27	28						27	28	29	30	31			24	25	26	27	28	29	30
30	31																										

Mayo 2011							Junio 2011							Julio 2011							Agosto 2011						
D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7	5	6	7	8	9	10	11	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	
8	9	10	11	12	13	14	12	13	14	15	16	17	18	10	11	12	13	14	15	16	7	8	9	10	11	12	13
15	16	17	18	19	20	21	19	20	21	22	23	24	25	17	18	19	20	21	22	23	14	15	16	17	18	19	20
22	23	24	25	26	27	28	26	27	28	29	30			24	25	26	27	28	29	30	21	22	23	24	25	26	27
29	30	31											31							28	29	30	31				

Septiembre 2011							Octubre 2011							Noviembre 2011							Diciembre 2011						
D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
4	5	6	7	8	9	10	2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24	16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30		23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30				25	26	27	28	29	30	31



TIEMPO DE SOLIDARIDAD

GOBIERNO DE ALVARO COLOM
GUATEMALA

AMANECECER APRENDIENDO

Promocionales:

ANTES



DESPUÉS



Promocionales:

Nueva propuesta



Nueva propuesta



Volante:

YO APOYO A MIS HIJOS

Ciclo escolar de 3 evaluaciones 2011

Pasos para solicitarlo, que tus hijos puedan estudiar y trabajar. Ministerio de Educación.


- 1**


Primero debes ir al Ministerio de Educación y solicitar la Guía de Estudio y Trabajo.
- 2**

Luego programarán las 3 evaluaciones del año y se te entregará un calendario.
- 3**

El calendario cuenta con las fechas de evaluación, programa las actividades de tus hijos.







Radio:

Tema: deserción escolar por necesidad de trabajo.

Nombre: Yo quiero ser.

Duración: 30 seg.

Campaña: Amanecer aprendiendo.

Concepto: “No a la deserción, el futuro es la Educación”.

Locutor

(Voz de Padre 25 años)

Yo quiero un pick up. Yo quiero una casa. Yo quiero descansar. Yo quiero un trabajo. Yo quiero buen clima. Yo quiero una buena cosecha. Yo quiero sobresalir. Yo quiero viajar. Yo quiero un mejor futuro. Yo quiero saber.

Locutor

Todos queremos algo, pero a veces no escuchamos a los que más nos importan.

(Voz de niños)

Nosotros queremos estudiar.

(Voz de Locutor)

Apoya a tus hijos para que estudien y así realicen sus sueños y alcancen todos sus deseos.

Ministerio de Educación.

9. FUNDAMENTACIÓN FINAL

Afiches:

Los afiches fueron creados utilizando a los 4 personajes creados, la familia completa, en ellos se colocan a los niños y padres en diferentes locaciones (fondos). Los personajes están colocados en primer plano y la diagramación utilizada permite que exista un recorrido fluido, esto facilitara la lectura del grupo objetivo.

Los afiches de los padres, representa al grupo objetivo, dándole un carácter a las personas de un valor para la comunidad, empezar a contagiarse con el valor que esta campaña proveerá a las personas. Al igual que en todas las piezas se encuentran en primer plano y en un entorno familiar o de su conocimiento.

Mantas:

Se realizaron mantas para cubrir partes específicas, como la parte central del municipio ya que es en donde se centra el comercio y es un paso importante los fines de semana y días de mercado. Esto con el objetivo de llegarle a los padres para hacerles conciencia, las mantas son materiales de apoyo que serán captados por posibles personas (posible grupo objetivo) en estas piezas solo se utilizo la imagen de dos personajes, padre y madre, ya que no era necesario poner a los niños como se hizo en los afiches debido a que su cantidad era menor, por lo que se prefirió la identificación inmediata.

Calendario:

El calendario se hizo tamaño poster, esto evitando utilizar un poster clásico ya conocido por las personas, se hizo de esta manera para que fuera más apreciado por el grupo objetivo, al igual que todas las piezas, cuenta con un fondo del lugar, lo cual es una buena imagen para mantener en las paredes del hogar, debido a su amplitud facilita su utilización y al igual que las demás piezas cuenta con solo la información necesaria para evitar rechazos del mensaje. Es claro y simple, mostrando las fechas importantes.

Volante:

Este volante fue creado para apoyar a la información previamente mencionada en las piezas como los afiches y mantas, ya que los materiales trabajan en conjunto, esta es una pieza netamente informativa que busca dar en 3 simples pasos lo que el grupo objetivo debe hacer.

Radio:

El anuncio de radio será transmitido en las radios locales, esto para que el grupo objetivo, padres escuchen sobre la campaña y más que todo sepan que el Ministerio de Educación esta para apoyarles y darles una opción viable, como ellos se la podrán transmitir a sus hijos. Este medio es frecuentemente utilizado por el grupo objetivo, por lo que se creó un solo spot de 30 segundos hablando de los deseos de las personas y de cómo sus hijos también cuentan con anhelos.

9.1. PROPUESTA FINAL

La propuesta final se trabajó en base al concepto “No a la deserción, el futuro es la educación” la cual se fundamenta a continuación, piezas, elementos gráficos, cambios y la propuesta final de la campaña “Amanecer aprendiendo”.

Paleta de colores:

La campaña “Amanecer aprendiendo” está basada en la esperanza y la educación por lo que se utilizaron ciertos colores representativos y con significativos específicos. Para aportar a la connotación del tema y del mensaje.

Se utilizó una amplia gama de colores, entre primarios, secundarios y terciarios, esto con el fin de acoplar y armonizar colores representativos de los signos utilizados en el identificador de campaña y como en la tipografía y demás elementos. Estos colores están analizados para que cumplan efectos ante el ojo del grupo objetivo, para que tengan una percepción y les cree una acción o conducta.



Se empleó el azul, (tipografía) el cual representa la calma y la educación. El color azul es un color que causa emociones. Se le asocia con la intelectualidad de las personas. Es el color de los sueños, (las aspiraciones, deseos) por lo que es ideal para representar los titulares de las piezas gráficas. Así mismo, representa sabiduría en la toma de decisiones, fe y no fatiga la vista de las personas.

Se empleo el color verde para representar la naturaleza del lugar, las aéreas verdes, montañas y cosechas.

Significa realidad, esperanza, razón, lógica y juventud. Es un color fresco que brinda actitud y crecimiento. Es el color ideal para representar el identificador de campaña por las sensaciones y percepciones connotativas que representa.

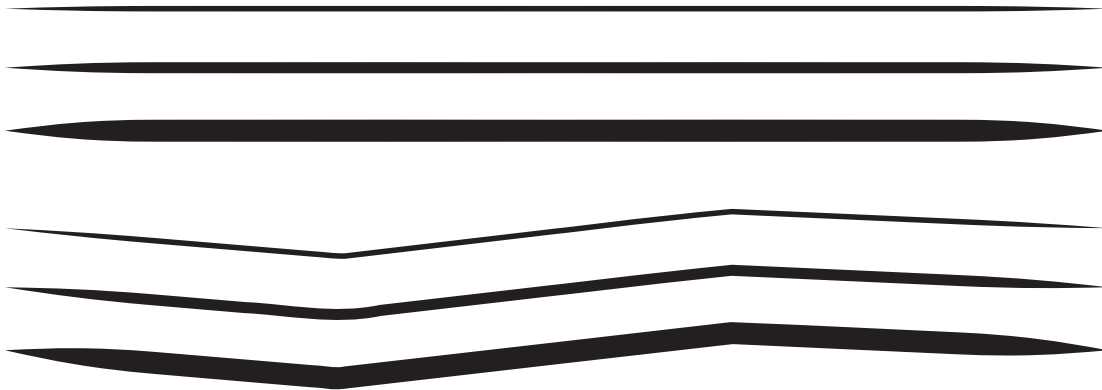
El color amarillo es importante para la campaña, ya que es utilizado en uno de los signos con más peso del identificador de campaña, es un color intelectual. Significa luz, sol, acción, voluntad y estímulo, por lo que se utilizaron las franjas en diferentes tonos para hacer énfasis en el crecimiento, ya que van de menos a más en gestalt positivo.

Se manejó una paleta de colores brillante y contrastante que logra captar la atención del grupo objetivo. Se distingue del fondo que es una imagen fotográfica, además de facilitar la lectura visual y su relación con el concepto, pues si se apoya a un niño con la educación su futuro se percibe con plenitud.

Líneas:

El delineado de los personajes es algo importante ya que también cumplen una parte importante, esto puede variar la expresión de un personaje según su grosor y forma, ya sea regular o irregular. Por lo que previamente fueron expuestas varias opciones y se concluyó con una forma gracias al análisis realizado y con el aporte de los expertos, diseñadores y grupo objetivo.

Se utilizó un trazo “tapered” (de fuerza gradual), ya que sus formas son irregulares, lo cual favorece a la hora de crear sombras y ayuda a que se vea un trazo más libre, no tan estático. Esto significa que gradúa la fuerza y el énfasis en puntos importantes de la caracterización, dándole así peso a ciertas partes visuales.



Tipografías:

La función de las tipografías que se emplearon en las piezas gráficas, fueron deducidas en base al mensaje y la jerarquía que tomaban en el conjunto. El titular debía llamar la atención y ser legible para el grupo objetivo, a la vez debía transmitir dinamismo para que no chocara con el recorrido visual de la retícula. La utilización de mayúsculas denota importancia y hace énfasis en las frases. Es una letra miscelánea con variaciones.

Las tipografías utilizadas fueron: Basic Font y Century Gothic. Con diferentes puntos, dependiendo de la jerarquía que transmita la pieza gráfica. Se utilizó línea en los titulares, para darle mayor peso a las frases.

En el cuerpo de texto se trabajó con Century Gothic por su sencillez y forma geométrica que facilita la comprensión de la información.

BASIC FONT
 AA BB CC DD FF GG HH
 II JJ KK LL MM NN OO
 PP QQ RR SS TT UU
 VV WW XX YY ZZ

Basic Font
 Aa Bb Cc Dd Ff Gg Hh
 Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
 Pp Qq Rr Ss Tt Uu
 Vv Ww Xx Yy Zz

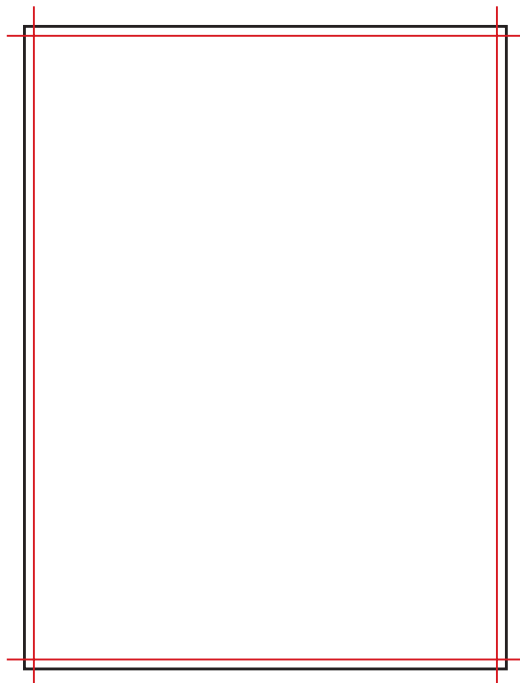
Formatos:

La función de los formatos utilizados es llamar la atención del grupo objetivo, de esta manera transmitir de una buena manera el mensaje. Los afiches serán utilizados en una forma vertical con medidas de 18" x 24" el cual es el formato de afiche más grande, esto ayudara al impacto visual generado por la pieza.

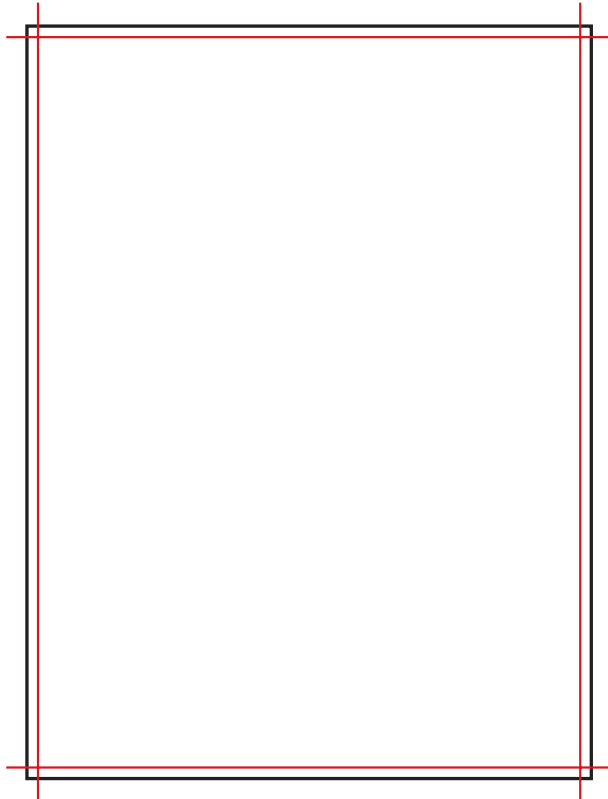
Para el calendario se utilizará el mismo formato, 18" x 24" esto facilitará la identificación de campaña y es un tamaño ideal para la diagramación de los meses ya que esta es una pieza que ira colgada en las paredes de los hogares del grupo objetivo.

La manta es de 4m de largo x 2m de alto, el cual es un tamaño el cual permitirá su vista desde las principales avenidas del municipio.

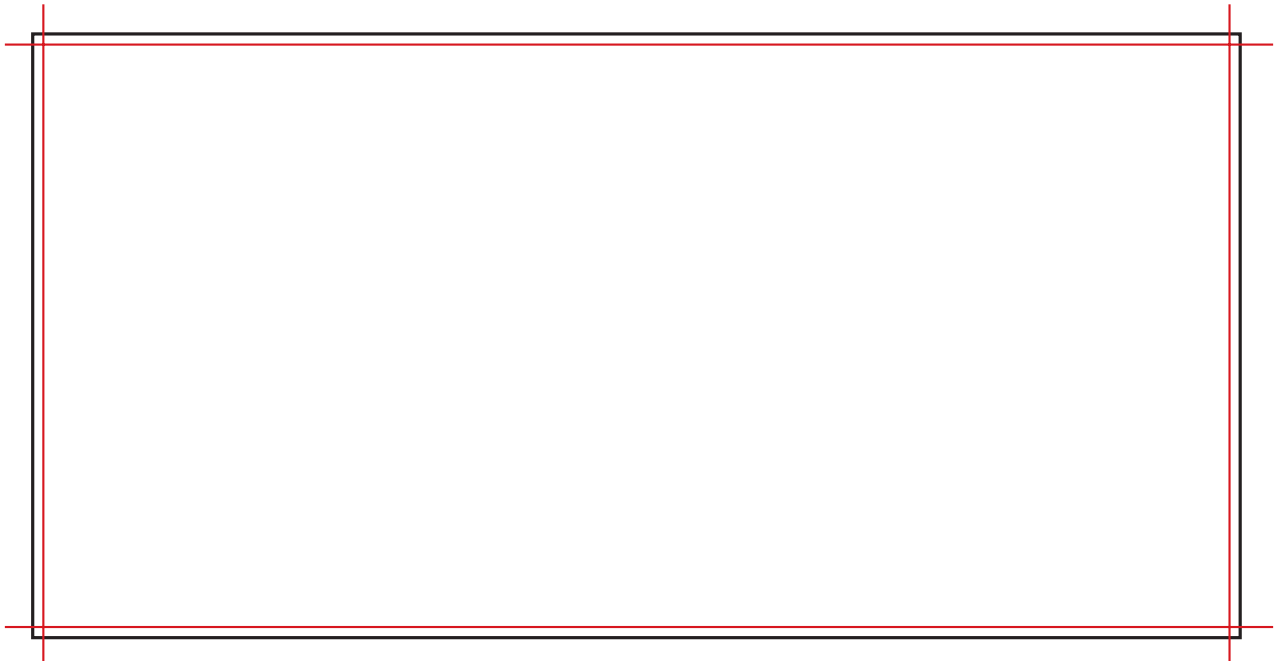
Afiches: 18" x 24"



Calendario: 18" x 24"



Manta: 4m x 2m



Sustratos:

La importancia de los sustratos empleados en las piezas de la campaña “amanecer aprendiendo” es algo importante ya que su función se basa en la durabilidad de las mismas. Es importante tomar en cuenta el lugar donde estarán colocados por lo que se toma en cuenta el clima y sus variables.

Para los afiches se utilizará un texcote 20, al igual que en el calendario. Para las mantas se utilizara un vinyl resistente a los cambios del clima y para los promocionales serán en tela con serigrafías.

Diagramación:

Como objetivo principal está la jerarquización de los elementos dentro de las piezas gráficas, por lo que previamente se analizaron diferentes opciones para transmitir el mensaje de una manera fluida. Los ejes utilizados se emplearon específicamente para un recorrido visual en el cual ningún elemento de la pieza quedará descartado. Para esto se estudió la proporción aurea, la cual brinda una armonía entre elementos, de esta forma se establece una relación de tamaños con la misma proporcionalidad entre el todo dividido en mayor y menor, esto es un resultado similar a la media y extrema razón.

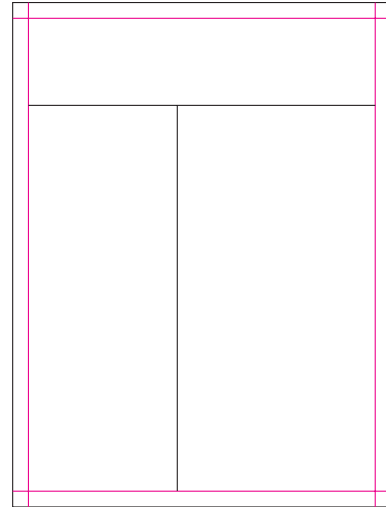
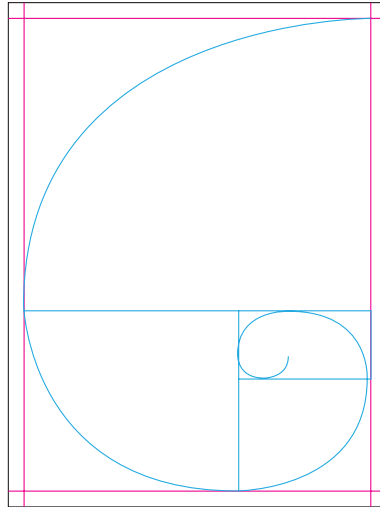
Es importante mantener un equilibrio y unidad sin que los elementos se vean sobre puestos, para que cada parte tenga su jerarquía y vaya en orden ascendiente pero con igualdad de importancia.

Es importante evidenciar el concepto en cada parte de la campaña por lo que la diagramación se basó en el recorrido visual dinámico, con lo que se

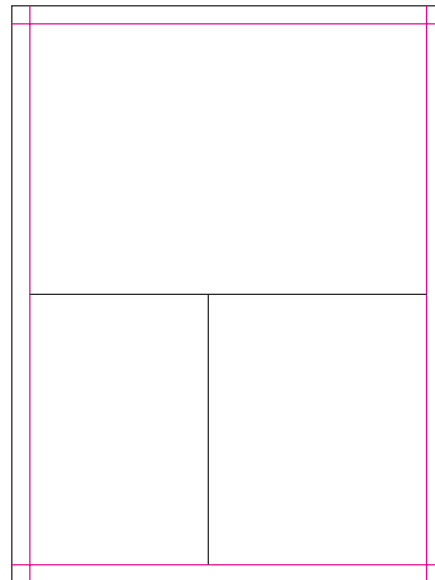
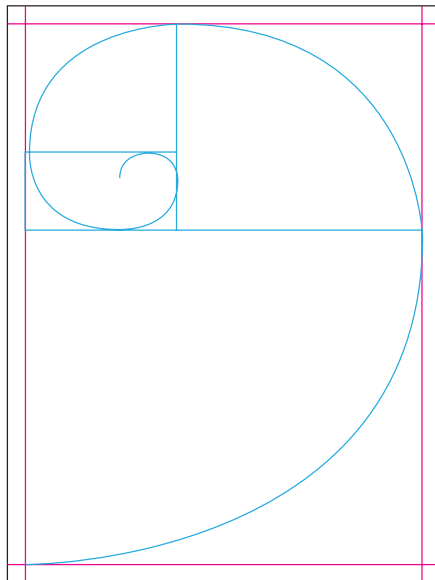
busca siempre un gestalt positivo e informativo. El texto de los titulares utiliza un espaciamiento de 50 puntos lo que causa que las letras estén más sueltas sin estar separadas, de esa manera facilitar su entendimiento.¹⁷

Los márgenes utilizados con de: 0.75"

Afiches:

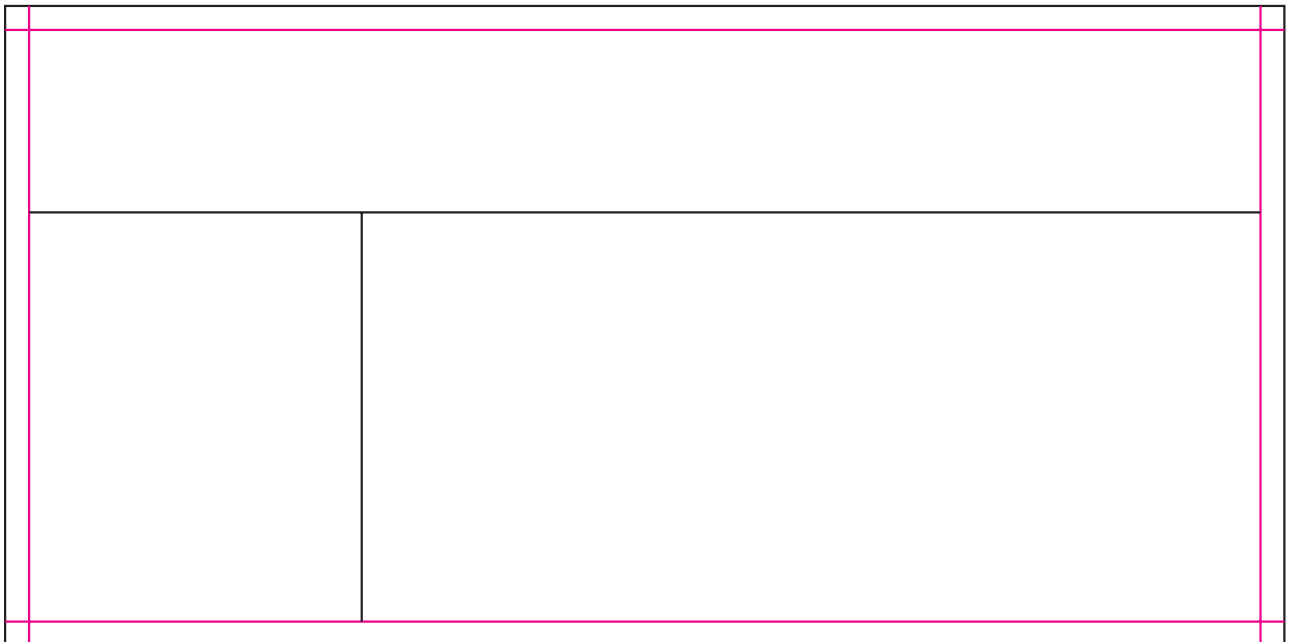
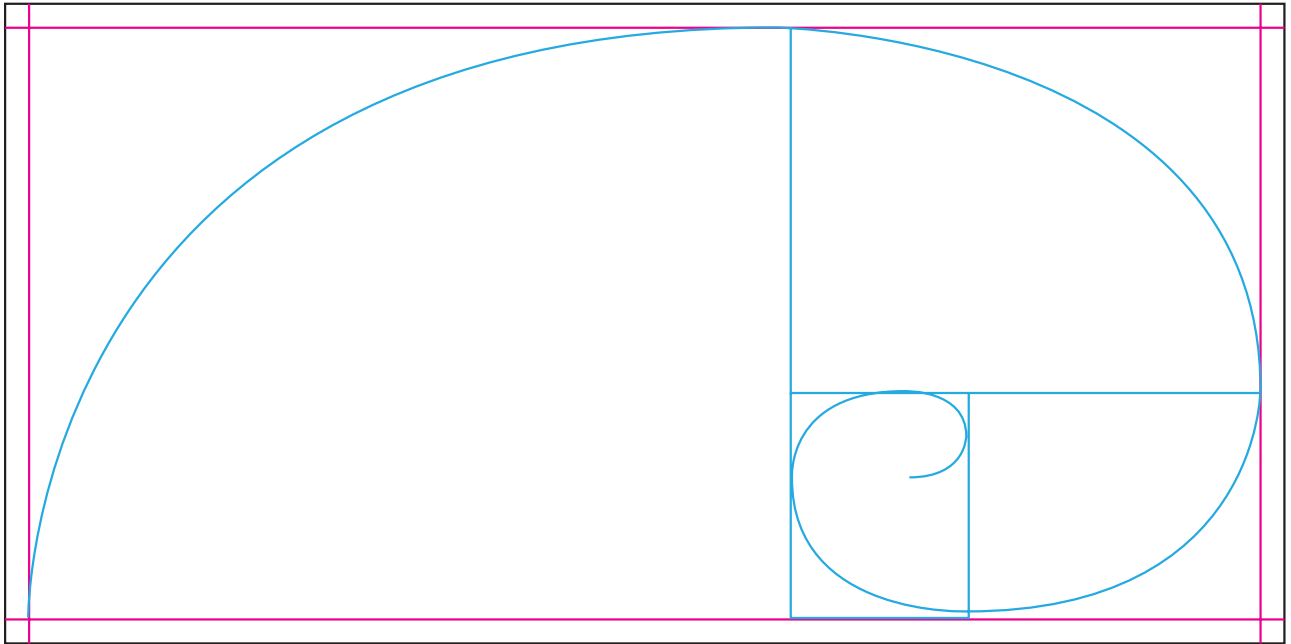


Calendario:



17 Ref. Mayor acceso, Arte. ISBN [en línea]. Disponible en: <<http://www.pauloporta.com/Fotografia/Artigos/epropaurea1.htm>> [Consulta: 2010/4/5].

Manta:



Personajes:

Inicialmente se trabajó con 2 personajes, (los niños) sin embargo en el proceso de trabajo fue evidente que era necesario crear al padre y a la madre, por lo que se llegó a la conclusión de crear a la familia completa, que consta de los padres y un hijo y una hija. Toda la familia está enfocada a transmitir una actitud positiva, representando así una persona con valor y coraje para afrontar el mañana.

El padre tiene 25 años y la madre tiene 23, sus dos hijos tienen, 10 el varón y 8 la niña, con una familia que viven en las afueras del municipio, se dedican a la agricultura y los niños estudian en las escuela pública, son una familia unida de complexión delgada, van constantemente al centro del municipio ya que ahí es donde se reúne el comercio y la escuela, su arreglo personal es sencillo. Son una familia amigable, con valores y trabajadores.

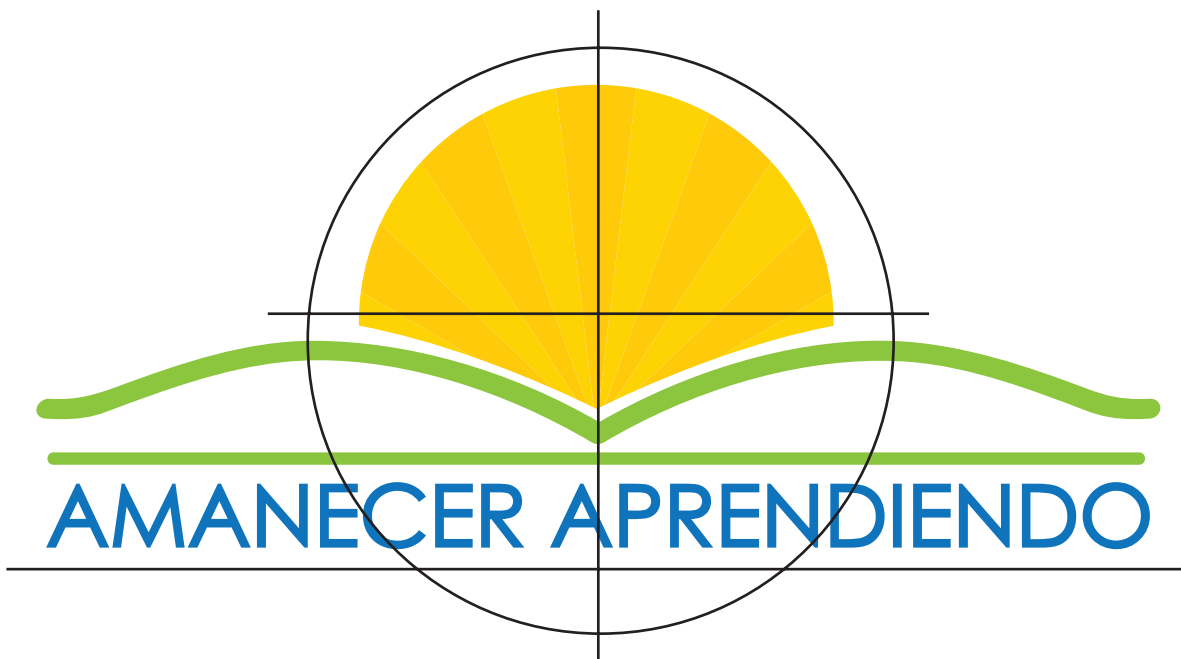
Se empleó una caracterización simple, con rasgos caricaturescos con líneas continuas y variaciones de grosor. Se escogió utilizar este tipo de ilustración ya que es importante que el grupo objetivo no vea las piezas gráficas como una pieza de arte, sino como algo en lo que se puedan reflejar, algo que les proyecta un estilo de persona el cual pueden llegar a ser ellos. Se pintó de relleno con colores planos y se les aplicó sombras para crear volúmenes. Es importante marcar la utilización de accesorios en los personajes, ya que cada uno cuenta con algo específico que caracteriza a la persona como tal. Bolsón para los estudios y bolso de trabajo. Los rostros cuentan con una expresión amigable y todos están con la mano en alto señalando, esto connota la actitud del personaje, de hacerse responsable de sus decisiones y darle ese valor necesario para el futuro y la toma de decisiones.



Identificador de campaña:

Fue importante crear un identificador de campaña para poder integrar la campaña “Amanecer aprendiendo” y así facilitar su identificación para el grupo objetivo como para el cliente. El identificador de campaña está hecho basado en el concepto y lo que se quiere comunicar. Connota el mensaje en los signos que posee además del nombre.

Se divide en 3 iconos, los cuales se trabajaron de tal manera para que sirvieran solo en conjunto y no por separado, se presenta el sol naciente, del nuevo amanecer sobre las montañas características del lugar con forma de hojas de libros que representan la educación como la base de todo. En la parte inferior se colocó el nombre “Amanecer aprendiendo” el cual es el punto de partida para toda la campaña. Se utilizó la tipografía Century Gothic y los colores amarillo, verde y azul.



Fondos:

La utilización de fondos paso por varios cambios y análisis hasta llegar a la propuesta final, la cual es fotografía, se decidió trabajar de esta manera para aportar a la identificación del personaje y así poder colocarlo en su entorno real, las fotografías fueron tomadas previamente y se utilizaron escenarios con diferentes funciones, ya que según el personaje se le clasifico según sus actividades.

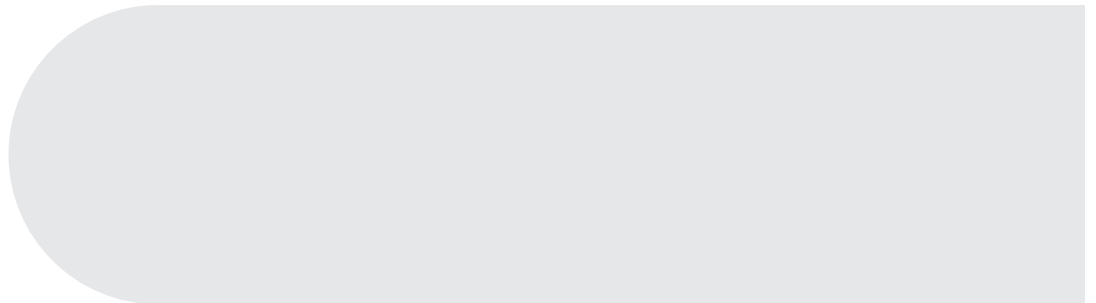
Se utiliza fotografía del campo, casa y lugar de trabajo. A las fotografías se les aplicó un filtro fotográfico de color cálido, para hacer más acogedora la imagen.



Elementos gráficos:

Una de las partes más importantes de la pieza, es en donde se colocó la información necesaria e importante, por lo que era necesario darle el tono que requería.

Se diseñó una capsula informativa, breve y directa. En la que se comunica qué hacer y a dónde abocarse, esto entra en el recorrido visual de cada pieza, ya que es ahí donde termina haciendo así énfasis en la acción a futuro, dando así el siguiente paso para el proceso. Se trabajó una cápsula con una transparencia de 75% la cual permite ver el fondo y a la vez la información sin que moleste a la vista. Esto se hizo así para darle la seriedad necesaria que requiere el tema, ya que no se podía permitir que se pasara por alto.



10. PIEZAS FINALES

A continuación se presentan las piezas finales para la campaña de concientización e informativa “Amanecer aprendiendo”.

Fundamentación Antropológica:

La educación es un tema importante en el país en general, para el municipio de San Juan Comalapa es sumamente importante, el Ministerio de Educación ha trabajado durante varios años para el desarrollo de la educación y es primordial darle la importancia necesaria.

La educación hará crecer a las personas y les dará más oportunidades. Abrirá la vida y los ideales de las personas, les brindará las herramientas necesarias para desenvolverse de manera óptima en la comunidad, la educación les permite ocupar un lugar dentro de la sociedad, forma la persona integral con aspectos propios de su individualismo, así como la adquisición de nuevos conocimientos que permitirán resolver problemas y alcanzar metas que cada uno se plantea.

Afiches:

Los afiches son piezas que fueron evolucionando en su construcción, debido a las necesidades que fueron surgiendo durante el proceso de investigación y creación de la campaña. Se hicieron 4 afiches en los que se muestra los padres y los niños afectados, de esta manera se aporta a la comunidad el mensaje principal del apoyo.

Los afiches tienen como propósito concientizar e informar, de esta manera se amplía el flujo de información ya que será una pieza observada por el grupo en general.

Principalmente los afiches habían sido estipulados para concientizar, sin embargo el recorrido visual daba la oportunidad de informar y así crear una pieza más completa.

Manta:

Las mantas son piezas que comunicarán el deseo de los padres que asuman el rol del personaje, los padres que se reflejen en esas personas responsables con ideales y deseos de superación. Es una pieza que comunicara a la comunidad en general a pesar de ir dirigida al grupo objetivo en específico, esto abre la oportunidad de que posibles grupos objetivos capten el mensaje.

Calendario:

El calendario es una pieza la cual se le da al grupo objetivo con el propósito de ayudarle a su planificación anual, esto les brinda la oportunidad de establecer fechas importantes lo cual es importante para llevar una vida ordenada y planificada. El aporte que se le da a la comunidad es importante ya que gracias a esto facilitará el desarrollo de los niños.

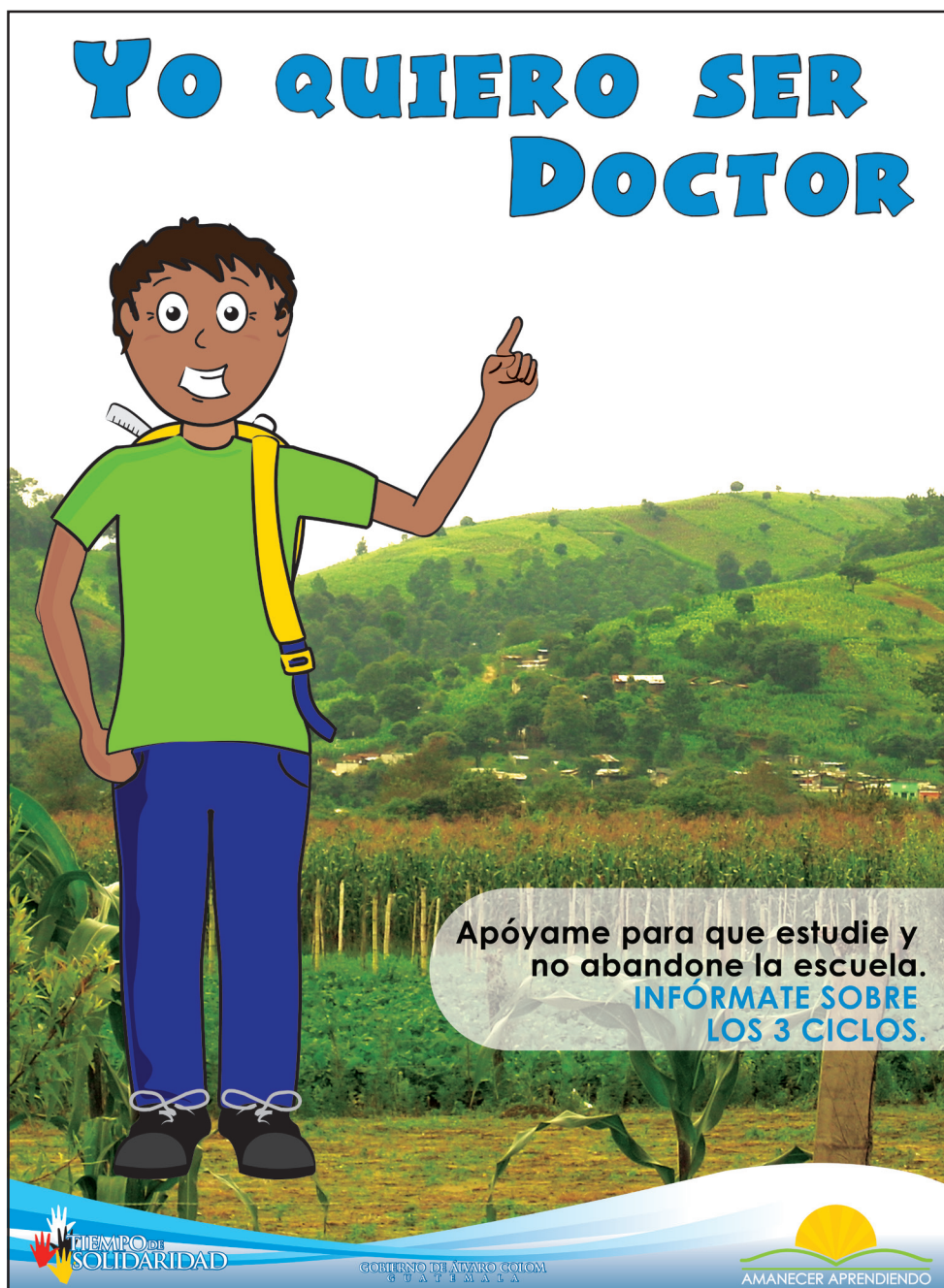
Volante:

El volante está realizado con el propósito de ser una guía de pasos simples, comunicar el mensaje de importancia para el grupo objetivo y para la comunidad en 3 simples pasos. Se utilizó un formato pequeño para evitar desperdicio de recursos tales como, papeles y tintas y así colaborar con el medio ambiente, de igual manera este volante es simple y continua con la línea gráfica de comunicación y es un gran aporte para el grupo objetivo ya que simplifica en sí, las acciones a realizar.

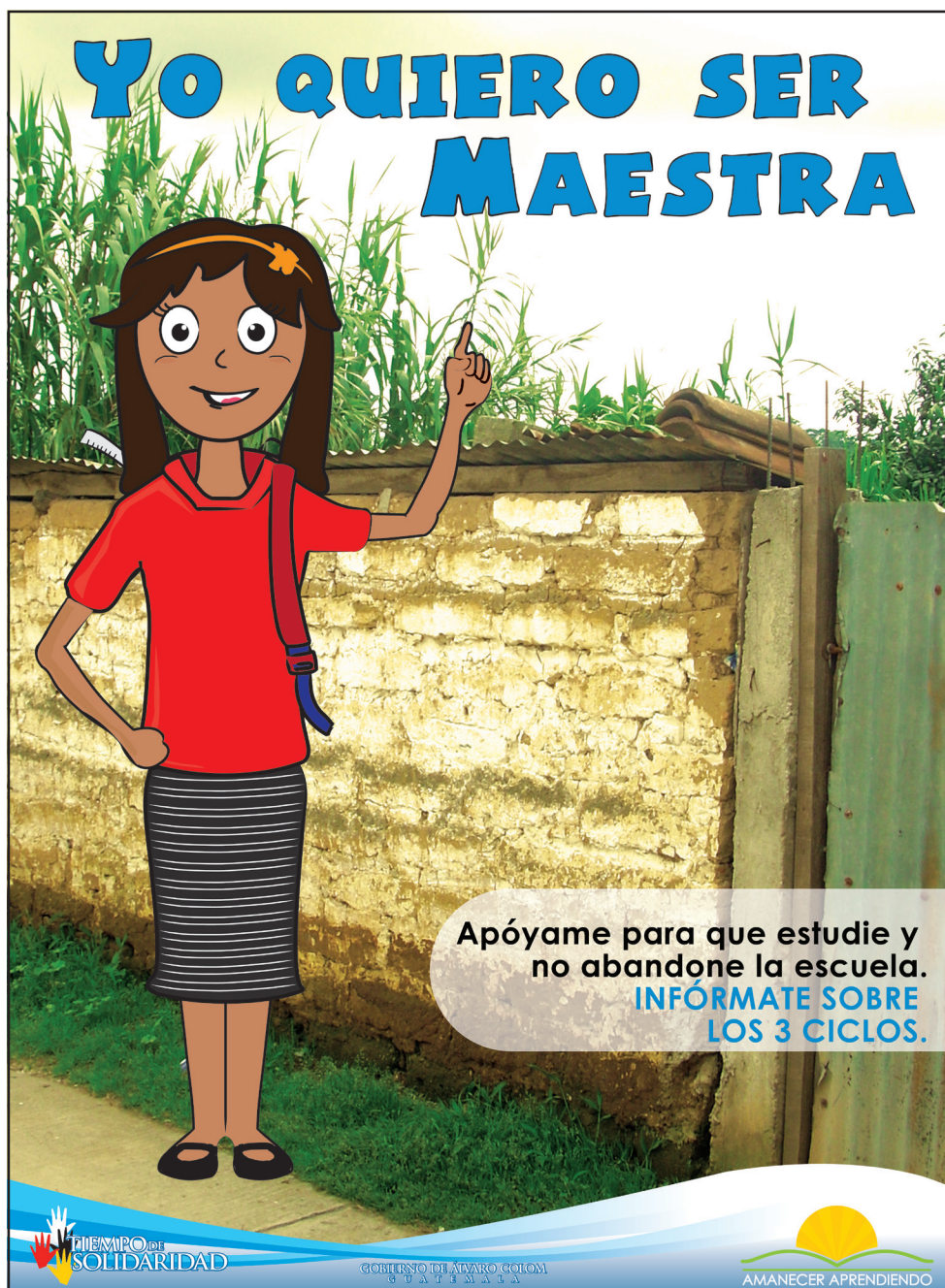
Radio:

El spot de radio habla directamente con el grupo objetivo, con la intención de concientizar, de una manera en la cual se presentan diferentes deseos, los cuales desenlazan una acción, es por ello que al final se presenta la situación en la cual los niños también tiene anhelos y deben ser escuchados y apoyados por sus padres.

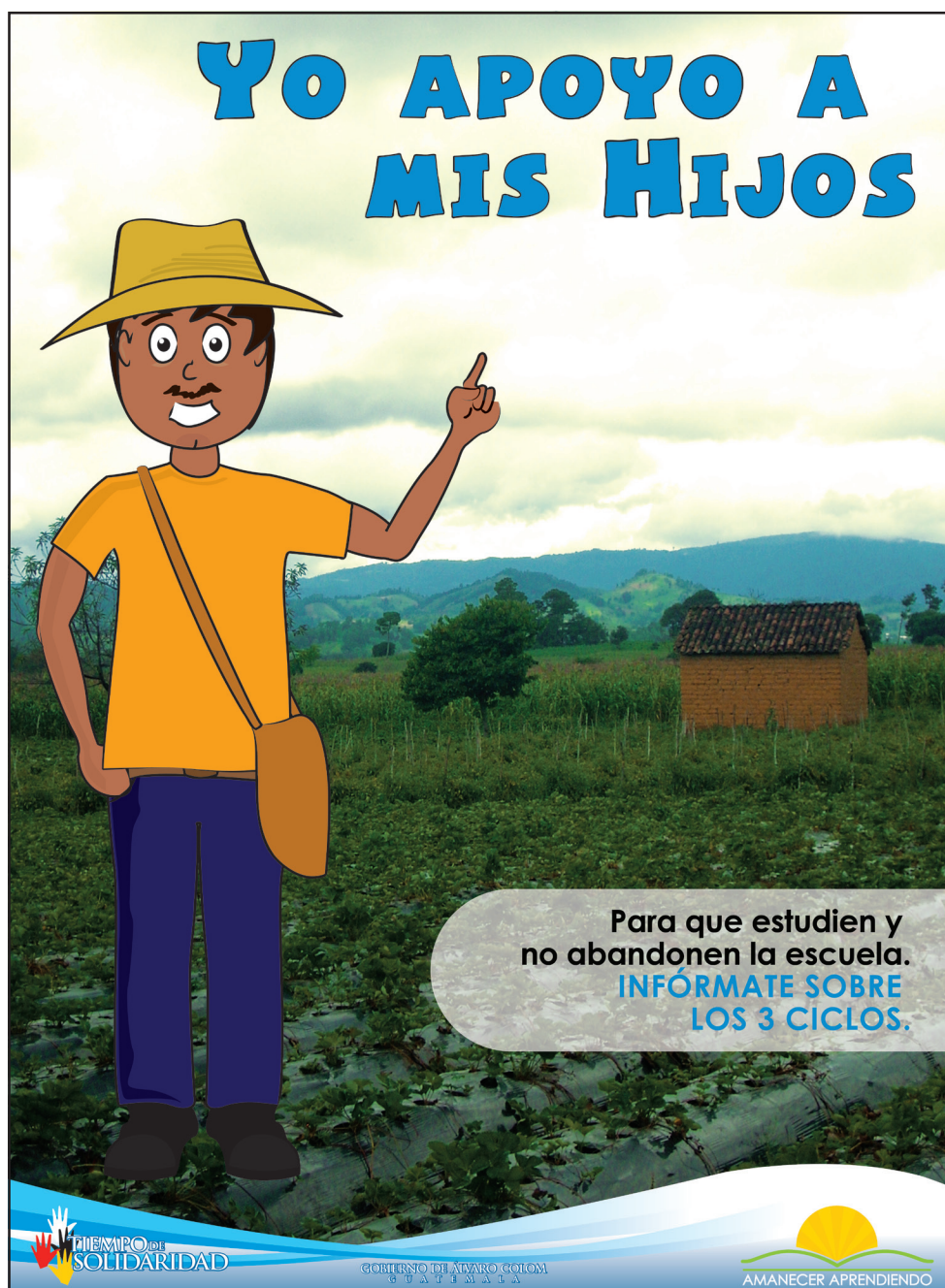
Afiches: (niño)



Afiches: (niña)



Afiches: (padre)



Afiches: (madre)



Manta: (padre)



Manta: (madre)



Caendario: (padres)

NOSOTROS APOYAMOS A NUESTROS HIJOS

Ciclo escolar de 3 evaluaciones 2011.

Enero 2011							Febrero 2011							Marzo 2011							Abril 2011						
D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12	6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9
9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19	13	14	15	16	17	18	19	10	11	12	13	14	15	16
16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26	20	21	22	23	24	25	26	17	18	19	20	21	22	23
23	24	25	26	27	28	29	27	28						27	28	29	30	31			24	25	26	27	28	29	30
30	31																										

Mayo 2011							Junio 2011							Julio 2011							Agosto 2011						
D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7	5	6	7	8	9	10	11	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14	12	13	14	15	16	17	18	10	11	12	13	14	15	16	7	8	9	10	11	12	13
15	16	17	18	19	20	21	19	20	21	22	23	24	25	17	18	19	20	21	22	23	14	15	16	17	18	19	20
22	23	24	25	26	27	28	26	27	28	29	30			24	25	26	27	28	29	30	21	22	23	24	25	26	27
29	30	31												31													

Septiembre 2011							Octubre 2011							Noviembre 2011							Diciembre 2011						
D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
4	5	6	7	8	9	10	2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24	16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30		23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30				25	26	27	28	29	30	31



Solicita los 3 ciclos y así tus hijos podrán estudiar y trabajar.
INFÓRMATE SOBRE LOS 3 CICLOS.



GOBIERNO DE ALVARO COLOM
GUATEMALA



Volante: (informativa)

YO APOYO A MIS HIJOS.

Ciclo escolar de 3 evaluaciones 2011.
 Guía para solicitarlo y que tus hijos puedan estudiar y trabajar. Ministerio de Educación.

- 1**

Primero debes ir al Ministerio de Educación y solicitar la Guía de Estudio y Trabajo.
- 2**

Luego programarán las 3 evaluaciones del año y se te entregará un calendario.
- 3**

El calendario cuenta con las fechas de evaluación, programa las actividades de tus hijos.







Promocional: (bolsa)



Promocional: (gorra)



Promocional: (playera padres)



Promocional: (playera niños)



10.1 CAMBIOS EN PIEZAS FINALES

Posterior a la realización de los cambios seguido de las diferentes validaciones y evaluaciones a las cuales fueron expuestas las piezas, se concluyó con agregar ciertos mensajes de valor, para la campaña. Esto refiriéndose a hacer más completa las piezas, por lo que se evaluó el mensaje en la cápsula ya realizada.

El titular se trabajó como estaba establecido, sin embargo se evidenció la necesidad de quitarle el punto, ya que este copy no está colocado como una oración y el utilizar un punto al final hacia que su entendimiento fuera diferente. Se dejó la frase tal y como estaba trabajada.

En la cápsula informativa, en donde se centra la fluidez de la visión y de la lectura de las piezas, fue evaluada y se decidió darle un valor agregado, por lo que se decidió agrandar el texto a letra 30 y 40 puntos para facilitar su lectura y entendimiento. También se decidió agregar la frase “Infórmate sobre los 3 ciclos” esto con el fin de hacer que la pieza no solo cause una acción de reflexión en el grupo objetivo, sino también para darles la iniciativa sobre informarse, se utilizó una frase breve para no saturar de información que iba a ser desapercibida.

Esta frase amarra la campaña y al crear la conciencia que es lo que se busca, como objetivo de comunicación, se informará posteriormente con las piezas como el calendario y el volante de “pasos”.

A este volante se le cambió el nombre de Guía por Pasos, para facilitar su entendimiento por el grupo objetivo y hacerlo ver como lo que es. Es un volante informativo que dicta los 3 simples pasos a seguir.

Se creó una camisa para el grupo objetivo, padres de familia y otra para hijos. Esto con el fin de crear conciencia tanto en los niños y padres y otros posibles segmentos afectados. Se hará la actividad de cómo los niños podrán soñar y hacerles tener una imagen sobre su propio futuro, con esto se busca que la comunicación del mensaje se expanda por la comunidad, de una manera simple, los niños utilizarán las playeras en las cuales escribirán sus deseos para cuando sean mayores y esto creará interés en las personas por conocer del tema.

11. SELECCIÓN DE MEDIOS

La selección de medios de la campaña de concientización e informativa “Amanecer aprendiendo” se trabajó con la misma fluidez de la campaña, creando así un recorrido de piezas el cual facilite su propagación dentro de la comunidad.

Como estrategia de lanzamiento, es importante que la campaña se dé a conocer previamente a que inicien los estudios y el ciclo escolar, de esta manera los padres podrán informarse lo necesario y planificar el futuro de sus hijos.

La campaña tendrá una duración de 3 meses iniciales, sin embargo habrán piezas tales como el calendario el cual pasará por un año con el grupo objetivo. Los afiches se imprimirán para ser colocados dentro del recorrido principal del grupo objetivo dentro de la comunidad y para las escuelas públicas.

Los materiales promocionales serán entregados a los padres que acudan a las escuelas y/o ministerio para inscribir a sus hijos para el siguiente año, esto en el mes de septiembre. Allí habrá gente capacitada informándoles sobre la campaña y la información que solucionará el problema, de esta manera se evita entregar un papel con información que más tarde será desechado, se basará en el trato personal lo cual permitirá mayor acierto en el canal de información.

A continuación se encuentra la tabla de medios a utilizar con sus diferentes especificaciones y clasificaciones, durante el ciclo escolar 2011.

PIEZA	PROPÓSITO	DURACIÓN	CANTIDAD	UBICACIÓN	SOPORTE	MEDIDAS	IMPRESIÓN
AFICHE 1	CONCIENTIZAR	3 MESES	250	ESCUELAS	TEXCOTE 14" UV	17" x 22"	LITOGRAFÍA
AFICHE 2	CONCIENTIZAR	3 MESES	250	ESCUELAS	TEXCOTE 14" UV	17" x 22"	LITOGRAFÍA
AFICHE 3	CONCIENTIZAR	3 MESES	250	ESCUELAS	TEXCOTE 14" UV	17" x 22"	LITOGRAFÍA
AFICHE 4	CONCIENTIZAR	3 MESES	250	CALLES	TEXCOTE 14" UV	17" x 22"	LITOGRAFÍA
CALENDARIO	INFORMAR	12 MESES	1000	HOGARES	TEXCOTE 14"	17" x 22"	LITOGRAFÍA
VOLANTE	INFORMAR	2 MESES	1000	MINISTERIO	BOND	5" x 8"	LITOGRAFÍA
MANTA 1	CONCIENTIZAR	3 MESES	8	EXTERIOR	VINYL	2m x 4m	DIGITAL
MANTA 2	CONCIENTIZAR	3 MESES	8	EXTERIOR	VINYL	2m x 4m	DIGITAL
PLAYERA 1	MENCIÓN	2 MESES	1000	G.O.	TELA	M	SERIGRAFÍA
PLAYERA 2	MENCIÓN	2 MESES	1000	G.O.	TELA	S	SERIGRAFÍA
GORRA	MENCIÓN	2 MESES	500	G.O.	TELA	OSIZE	SERIGRAFÍA
BOLSA	MENCIÓN	2 MESES	500	G.O.	TELA	OSIZE	SERIGRAFÍA
RADIO	CONCIENTIZAR	1 MESES	1	RADIO COMUNIDAD	-	30 SEG.	PRODUCCIÓN

Tabla 3
Tabla: Medios.

La campaña “Amanecer aprendiendo” será lanzada en los meses de septiembre a noviembre, fechas estratégicamente escogidas, ya que de esta manera se facilitara que el mensaje llegue al grupo objetivo. Se basara en crear un recorrido de comunicación con las piezas como, afiches y mantas en lo que inician las matriculaciones de los alumnos, así al llegar las fechas importantes que son del 27 de septiembre al 8 de octubre ya existirá una base de comunicación con el mensaje, de ahí en adelante se estarán entregando los calendario y promocionales. El 15 de noviembre está programada la fecha extraordinaria de inscripciones con lo que da un margen amplio para poder seguir expandiendo el mensaje entre las personas de la comunidad, esto es una oportunidad ya que haciendo las entregas necesarias de promocionales en la primera ronda (estos se dividirán en 3) así aprovechar la publicidad de boca en boca.

Distribución:

Afiches:

Los afiches serán distribuidos estratégicamente en el área central, se utilizarán lugares exteriores por lo que se imprimió con barniz uv para mejorar su durabilidad ya que estarán a la intemperie. Se colocaran en tiendas, postes, escuelas.

Existen 27 escuelas, las cuales contarán con no más de 8 afiches, lo cual da un resultado de 216. El resto se colocará en calles aledañas al centro del municipio y calles principales y secundarias, esto con el fin de llegarles a todas las personas, ya que el afiche es una de las piezas más importantes de la campaña.

Las mantas estarán colocadas por el centro del municipio cubriendo así, la entrada y salidas para las diferentes aldeas que se encuentran alrededor, estos no fueron colocados en escuelas debido a que los padres pocas veces acuden a recoger a sus hijos o no se tiene la certeza de que utilicen ese recorrido, pero si se cubrió la parte importante por la cual se mueve el comercio y es ahí en donde se encontrará al grupo objetivo.

Los promocionales serán con una cantidad de 500 por pieza, esto debido a que las bolsas serán para las madres y las gorras para los padres, así crear algo para toda la familia. Las camisas serán distribuidas para los padres que vayan a inscribir a sus hijos por lo que serán entregadas en el Ministerio de Educación y las playeras de los niños serán distribuidas en las escuelas, esto para que junto con los maestros tengan la actividad de los deseos y así ellos pongan en práctica sus aprendizajes en cuanto a escritura y los incite a pensar en su futuro, esto con el fin de crearles un interés por sus planes y que los compartan con sus padres.

11.1. PRESUPUESTO

El presupuesto que se presenta a continuación es basado en las cotizaciones realizadas durante el proceso final del proyecto.

Tabla 4
Tabla: Presupuesto.

PIEZA	CANTIDAD	PRECIO
AFICHE 1Q	500	. 2,250.00
AFICHE 2	500	Q. 2,250.00
CALENDARIO	1000	Q. 4,300.00
VOLANTE	1000	Q. 2,500.00
MANTA1	2	Q. 900.00
PLAYERA	500	Q. 9,250.00
GORRA	500	Q. 9,000.00
BOLSA	500	Q. 9,250.00
TOTAL		Q. 39,700.00

Fuente: propia

11.2. PRESUPUESTO DE DISEÑO

A continuación se presenta la manera de como se distribuyó el trabajo por horas y como fue cobrado:

Tabla 5
Tabla: Cobro.

RAZÓN	COSTO por hora	TIEMPO	TOTAL
Diseño (propuesta)	Q. 200.00	20	Q. 4,000.00
Conceptualización	Q. 200.00	24	Q. 4,800.00
Creación del plan	Q. 160.00	24	Q. 3,840.00
Creación de piezas	Q. 220.00	24	Q. 5,280.00
Gastos extras	Q. 40.00	30	Q. 1,200.00
Artes Finales	Q. 100.00	20	Q. 2,000.00
Fotografía	Q. 150.00	20	Q. 3,000.00
SubTotal			Q. 24,120.00
IVA		12%	Q. 2,894.40
		TOTAL	Q. 27,014.00

Fuente: propia

12. INFORME TÉCNICO

A continuación se presenta el contenido del “CD de impresión”, el cual está hecho para realizar las impresiones de las piezas correspondientes a la campaña “Amanecer aprendiendo”. El contenido se desglosa en la siguiente descripción. Cada carpeta cuenta con materiales listos para ser impresos.

1. Carpeta 1

- a. Carpeta llamada “Afiches”
- b. Contenido 4 afiches
- c. Formato: 18” x 23”
- d. Bleed: 0.50”
- e. Barniz UV
- f. Archivo: .tif
- g. Tipografía: convertida Path
- h. Guía de troquel de corte (magenta)
- i. Impresión: Litografía
- j. Sustrato: Texcote 14

2. Carpeta 2

- a. Carpeta llamada “Calendario”
- b. Contenido 1 poster (cromo)
- c. Formato 18” x 23”
- d. Bleed: 0.50”
- e. Archivo: tif
- f. Tipografía: convertida Path

- g. Guía de troquel de corte (magenta)
 - h. Impresión: Litografía
 - i. Sustrato: Texcote 14
3. Carpeta 3
- a. Carpeta llamada “Guía”
 - b. Contenido 1 volante
 - c. Formato 8.5” 5.5”
 - d. Bleed: 0.25”
 - e. Archivo: .tif
 - f. Tipografía: convertida Path
 - g. Guía de troquel de corte (magenta)
 - h. Impresión: Litografía
 - i. Sustrato: Bond 80
4. Carpeta 4
- a. Carpeta llamada “Mantas”
 - b. Contenido 2 mantas
 - c. Formato 2m x 4m
 - d. Archivo: .jpg
 - e. Tipografía: convertida Path
 - f. Impresión: Digital
 - g. Sustrato: Vinyl
5. Carpeta 5
- a. Carpeta llamada “Promocionales”

- b. Contenido 1 gorra, 1 playera y una bolsa
 - c. Archivo: .jpg
 - d. Impresión: Serigrafía
 - e. Sustrato: Tela
6. Carpeta 6
- a. Carpeta llamada “Cintillo”
 - b. Contenido 2 cintillos
 - c. Formatos: .tif y Adobe Illustrator CS4
7. Carpeta de PDF’s
- a. Carpetas llamadas “Afiches”, “Calendario”, “Guía”, “Mantas” y “Promocionales”
 - b. Contenido piezas en formato PDF
8. Carpeta de tipografías
- a. Carpeta llamada “Tipografías”
 - b. Contenido: 2 carpetas con tipografías
 - c. Nombres: 1. Titulares y 2. Cuerpo de texto

*De ser necesario, instalar las tipografías en su computadora.

Los titulares y el cuerpo de texto esta convertido a Paths para evitar errores, en caso de cambios utilizar las tipografías adjuntas en el disco.

CONCLUSIONES

Después del proceso de investigación y análisis realizado durante el proceso de creación de la campaña “Amanecer aprendiendo” se concluyó con la creación de la campaña de concientización – informativa en la cual no solo comunica un mensaje sino también informa sobre la opción con la que cuentan sus hijos. Toda la campaña se realizó bajo el concepto “El futuro es la educación” por lo que se caracteriza con un tono amigable y de esperanza para el grupo objetivo.

Con el propósito de enriquecer a la comunidad con más personas y niños educados se creó el material informativo, el cual con un mensaje positivo, corto y directo da una solución a corto plazo. El grupo objetivo (padres de familia) podrá ofrecerles a sus hijos un procedimiento que facilita las actividades para sus hijos, de esa manera no interrumpir el trabajo ni el estudio. Con el objetivo principal de proveerles la solución.

Se evitó comunicar las posibles consecuencias de la deserción y se enfocó en dar soluciones, éstas con un mensaje directo, dándoles así a los padres de familia un material de peso, el cual puedan poner en uso.

Se concluyó con la creación de personajes para dicha campaña, ya que es una manera positiva de representar al grupo objetivo de una manera en la cual sea de aspiración, esto para que las personas no solo se identifiquen sino, también puedan optar la disposición que estos comunican.

La propuesta gráfica consta de afiches, mantas, calendario, volante, radio y promocionales que se publicarán en lugares donde el grupo objetivo frecuenta diariamente para facilitar el acceso a la información.

RECOMENDACIONES

Se recomienda (para procesos creativos similares) tener una base informativa previamente, para enriquecer la imagen gráfica, es importante tener contacto con el grupo objetivo y expertos en el tema, ya que proveerán de información importante y así lograr una solución más acorde.

Es importante mantener una retroalimentación con el cliente de esa manera acortar el proceso de creación de la campaña y así enriquecer la información con la que cuenta.

Se debe enfocar en un concepto previamente creado para no perder los objetivos de comunicación, ya que es importante mantener un mismo enfoque en cada pieza realizada, que cada pieza de la campaña cumpla con una tarea asignada.

Tomar en consideración los formatos a utilizar ya que esto dependerá del presupuesto estipulado y de las formas de impresión.

Ser funcional en todos los aspectos de la realización de la campaña, ya que por lo general este tipo de campañas será medido por resultados, es importante enfocarse en cada aspecto tales como, titulares, tipografías, colores, fotografías e ilustraciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros y Folletos

ANDER, Ezequiel. Diccionario de Pedagogía. Egg. Editorial: Magisterio. Enero 1997.

BENDFELDT, Juan. La Privatización: Una Oportunidad. CEES. Guatemala: Editorial Litoprod. 234 p.

BLAUG, Mark. El Bono escolar. Guatemala. Editorial: Union S.A. 1983.

ETCHEVERRY, Guillermo Lamí. La tragedia educativa. Fondo de cultura económica. 1999.

FERNÁNDEZ GALIANO, Antonio y CASTRO CID, Benito. Lecciones de Teoría del Derecho y Derecho Natural. España, Madrid: Universitas. ISBN 84-7991-087-9. 1999

IPARRAGUIRRE, Silvia. El silencio de los inocentes. Radar. (Tomado del cuadernillo de ingreso de la UNS.2000. 1999.

KELMANOWICZ, Viviana. Problemas escolares ¿Mas de lo mismo o nuevas soluciones?. Cuaderno N°6. Editorial: A-Z.1996.

MICHAEL, Oakeshott. La voz del aprendizaje liberal. Editorial: Katz. ISBN 9789871566013. 2009.

Entrevistas

GARCÍA, Arturo. *Entrevista personal*. Municipalidad San Juan Comalapa, Chimaltenango. 2010.

SIMON, Manuel. *Entrevista personal*. Ministerio de Educación San Juan Comalapa, Chimaltenango. 2010.

Documentos Electrónicos

Crf. Mayor acceso, UNESCO. Guatemala - 2005. [en línea]. [USAID]. Disponible en: <http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm> [Consulta: 2009/3/5].

Crf. Mayor acceso, MINEDUC, Ministerio de Educación, Guatemala - 2008. [en línea]. [USAID]. Disponible en: <<http://www.mineduc.gob.gt/default.asp?seccion=37>> [Consulta: 2009/3/2].

Crf. Muestras - . [en línea]. [USAID]. Disponible en: <http://www.elosiodelosantos.com/calculadoras/tamanyio_muestra.htm> [Consulta: 2009/3/2].

Crf. Mayor acceso, Historia General de Guatemala. Guatemala: Asociación de Amigos del País, 1992-1999. ISBN [en línea]. [USAID]. Disponible en: <<http://es.wikipedia.org/wiki/Guatemala>> [Consulta: 2009/4/5].

Crf. Mayor acceso, Guatemala - 2002. ISBN [en línea]. [USAID]. Disponible en: <<http://es.wikipedia.org/wiki/Guatemala>> [Consulta: 2009/6/5].

Crf. Mayor acceso, Estudio Potencial. PDF Agenda Nacional de Competitividad, Guatemala 2005-2015 [enCD]. Disponible en: PDF. Hacia una Guatemala Próspera, Solidaria y Equitativa, pag. 109. [Consulta: 2010/4/5].

Crf. Mayor acceso, Guatemala: De Guatemala 2009-2010. ISBN [en línea]. Disponible en: <<http://www.deguate.com/foros/messages/290/1248.html>> [Consulta: 2010/4/5].

Crf. Mayor acceso, ANASTASI, Anne. Deserción Escolar. México, Editora Universidades, 2007. Pág. 28, [Consulta: 2010/7/2].

Crf. Mayor acceso, Educación. Guatemala 2009. ISBN [en línea]. [USAID]. Disponible en: <<http://www.inforpressca.com/chimaltenango/educacion.php>> [Consulta: 2010/2/5].

Crf. Mayor acceso, San Juan Comalapa, Chimaltenango. Guatemala. ISBN [en línea]. Disponible en: <<http://www.inforpressca.com/sanjuancomalapa/educacion.php>> [Consulta: 2009/4/5].

Crf. Mayor acceso, San Juan Comalapa, Chimaltenango. Guatemala. ISBN [en línea]. Disponible en: <<http://www.inforpressca.com/sanjuancomalapa/educacion.php>> [Consulta: 2009/4/5].

Ref. Mayor acceso, San Juan Comalapa, Chimaltenango. Guatemala. ISBN [en línea]. Disponible en: <<http://www.inforpressca.com/sanjuancomalapa/demografia.php>> [Consulta: 2009/4/5].

Ref. Mayor acceso, San Juan Comalapa, Chimaltenango. Guatemala. ISBN [en línea]. Disponible en: < <http://serproic.atwebpages.com/SAN%20JUAN%20COMALAPA.htm>> [Consulta: 2009/4/5].

Ref. MINEDUC. Ministerio de Educación, Guatemala. ISBN [en línea]. Disponible en: < <http://www.mineduc.gob.gt/default.asp?seccion=564>> [Consulta: 2009/4/5].

Ref. MINEDUC. Ministerio de Educación, Guatemala. ISBN [en línea]. Disponible en: < http://www.mineduc.gob.gt/administracion/dependencias/centrales/uconime/uconime_directorio.htm> [Consulta: 2009/4/5].

Ref. Mayor acceso, San Juan Comalapa, Chimaltenango. Guatemala. ISBN [en línea]. Disponible en: <<http://www.inforpressca.com/sanjuancomalapa/demografia.php>> [Consulta: 2009/4/5].

Ref. Mayor acceso, Arte. ISBN [en línea]. Disponible en: <<http://www.pauloporta.com/Fotografia/Artigos/epropaurea1.htm>> [Consulta: 2010/4/5].

ANEXO 1 INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN

Instrumentos:

Como parte del desarrollo de la propuesta se trabajaron instrumentos para validar las piezas de la campaña “Amanecer aprendiendo” Esto ayudará a tener varios puntos de vista externos y una retroalimentación significativa, la cual ponga en evaluación el desempeño y funcionalidad de las piezas, estos se presentan a continuación:

Entrevista (Edgar Leonel Simón, Coordinador de Educación, MINEDUC)

1. ¿Cuáles son las causas más comunes de la deserción?
2. ¿Cree usted que las personas conocen el término de deserción?
3. ¿Han habido programas que capaciten a las personas sobre dicho problema?
4. ¿Qué posibilidades hay en las personas que abandonan a que regresen el siguiente año?
5. ¿Cuáles son las proyecciones de las personas, porque el deseo de no estudiar?
6. ¿Punto de vista de los padres de familia para con sus hijos?
7. ¿Qué tanta responsabilidad manejan en cuanto a sus decisiones (de los hijos)?

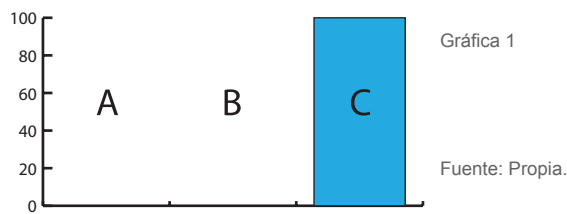
Universidad del Istmo

Facultad de Arquitectura y Diseño

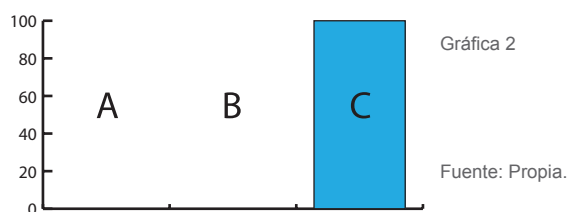
Instrumento de validación para expertos en el tema

Instrucciones: Luego de analizar las piezas de la campaña gráfica “Amanecer aprendiendo”, se le agradece su tiempo y veracidad para evaluar el contenido y funcionalidad, contestando la siguiente encuesta. Para ello, encierre en un círculo la respuesta que usted considere la más apropiada.

1. El material de “Amanecer aprendiendo” refleja que los personajes (padres) son:
 - a. Personas interesadas en el estudio de sus hijos.
 - b. Personas trabajadoras y que estudiaron.
 - c. Personas que apoyan a sus hijos a que se mantengan estudiando.

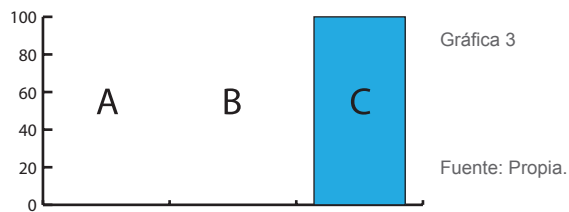


2. El lenguaje y tono empleado para comunicar los contenidos es:
 - a. Formal y amigable.
 - b. Desinteresado y coloquial.
 - c. Acorde al grupo objetivo.



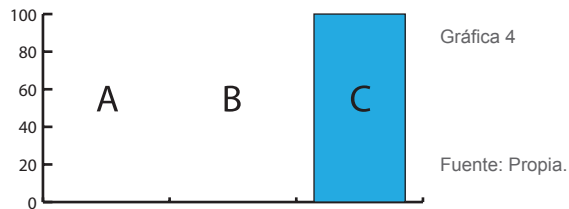
3. En relación al grupo objetivo, considera usted que la redacción de los contenidos:

- Fácil de comprender.
- Difícil de comprender.
- Es la información necesaria.



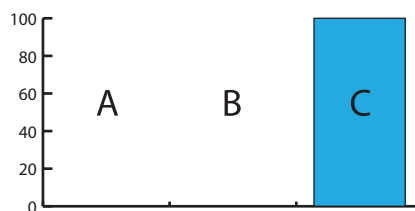
4. En cuanto a la información que se transmite:

- Es suficiente y apropiada.
- Es muy escasa.
- Es más de la necesaria.



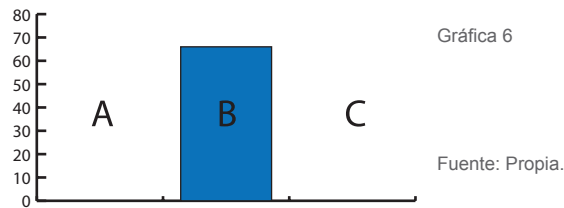
5. ¿Qué le transmite el logotipo de la campaña en cuanto a colores?

- Esperanza.
- Educación.
- No transmite el concepto.



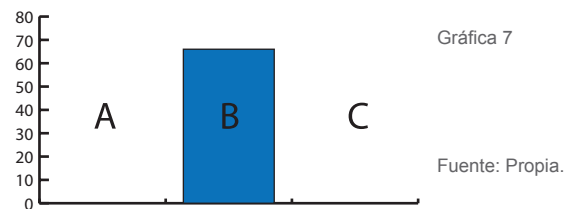
6. ¿Qué le transmite la gama de colores con la cual los personajes están vestidos?

- a. Confianza.
- b. Optimismo.
- c. No transmite nada.



7. ¿Qué le transmite el tono cálido aplicado a las fotografías utilizadas en los fondos?

- a. Calidez.
- b. Acogedor.
- c. No representa nada.



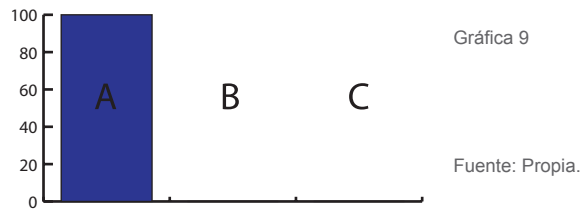
8. El tipo de letra utilizado en los títulos ayuda a transmitir:

- a. A llamar la atención del lector.
- b. Separar el tipo de información.
- c. Transmite acción.
- d. No transmite acción.



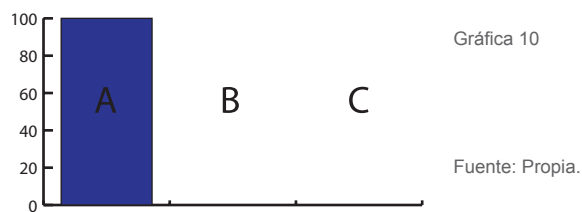
9. ¿Cómo califica la legibilidad de las tipografías?

- a. Buena.
- b. Regular.
- c. Mala.



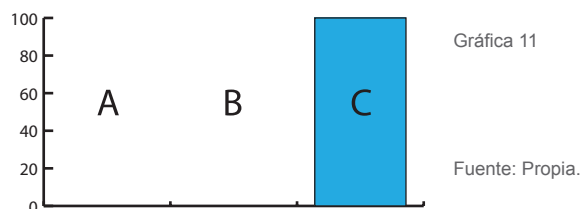
10. El diseño y tamaño de los formatos utilizados en el diseño de los afiches:

- a. Captan su atención.
- b. Dificulta su manejo.
- c. No le transmiten nada.



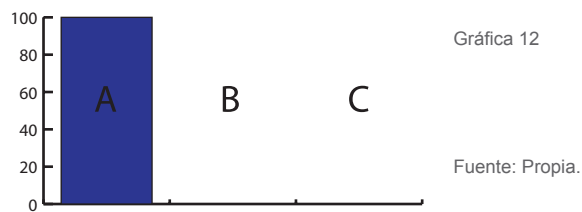
11. El tamaño de los formatos empleados en el diseño de trifoliar:

- a. Es el apropiado para el contenido.
- b. Es muy pequeño para el contenido.
- c. Es muy grande para el contenido.



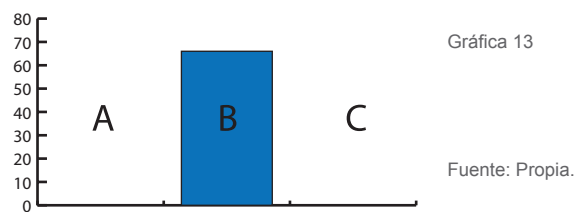
12. ¿Cómo califica la disposición de los elementos gráficos y textuales en cada diseño?

- a. Ordenado, facilita su lectura.
- b. Desordenado, dificulta su lectura.
- c. Es irrelevante, no ofrece ningún beneficio.



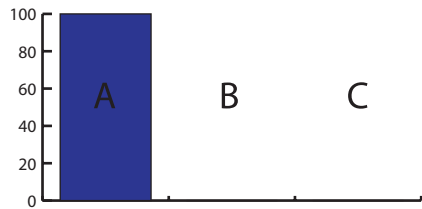
13. Según su opinión, el trifoliar es un material que:

- a. Es durable y de calidad.
- b. Poco funcional, puede dañarse fácilmente.
- c. Nada funcional, es recomendable utilizar otro.



14. Las fotografías de fondo (calle, campo y casa) son:

- a. Identificables para el grupo objetivo.
- b. No se identificarían.
- c. Le agrada la tonalidad.

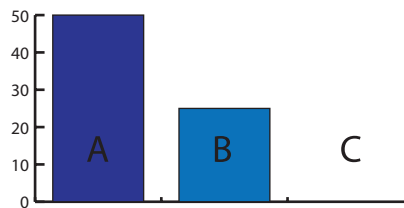


Gráfica 14

Fuente: Propia.

15. Cómo considera a los personajes de la campaña:

- a. Representativo para el grupo objetivo.
- b. No identifica al grupo objetivo.
- c. Es un ejemplo de aspiraciones para el grupo objetivo.



Gráfica 15

Fuente: Propia.

Se extrajo información sobre los expertos en el tema, se entrevistó a personas del ministerio de educación ya que es de conocimiento el tema para ellos y están envueltos en el contenido a informar, se obtuvieron aportes significativos para las piezas graficas por lo que fue necesario realizar ciertos cambios, teniendo en cuenta el grupo objetivo y el concepto.

Como aspectos positivos se evidencio el buen uso en fotografías de fondo, lo cual facilitara la identificación con el grupo objetivo.

El mensaje es directo lo cual capatará la atención de las personas y no lo veran como algun mensaje tedioso.

Los cambios a realizar se presentaran posteriormente y se evidenciara el “antes” y el “después” para poder visualizar los resultados.

Universidad del Istmo

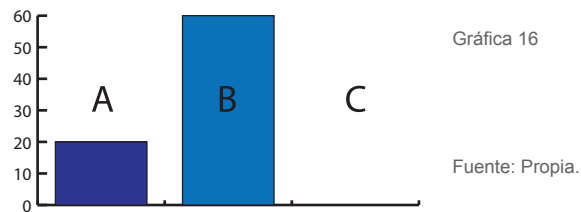
Facultad de Arquitectura y Diseño

Instrumento de validación para Diseñadores Gráficos

Instrucciones: Luego de analizar las piezas de la campaña gráfica “Amanecer aprendiendo”, se le agradece su tiempo y veracidad para evaluar su funcionalidad y contestar la siguiente encuesta. Para ello, encierre en un círculo la respuesta que usted considere la más apropiada.

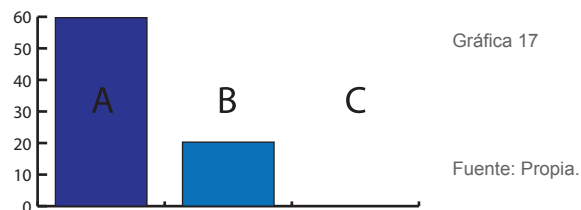
1. En base al diseño de la campaña gráfica puede afirmar que los padres de familia deben:

- a. Ser consientes con sus hijos.
- b. Apoyar a sus hijos.
- c. Otro _____



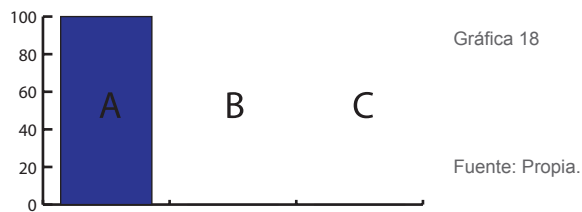
2. ¿Qué función cumple la paleta de colores (acción) utilizados en los personajes?

- a. Optimismo.
- b. Acción.
- c. Ninguna de las anteriores.



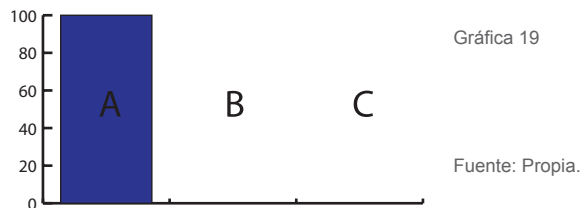
3. Si la paleta de colores, además de cumplir la función deseada, cree que se identifique con el grupo objetivo.

- Enfatiza al grupo objetivo como positivo
- Llama la atención del grupo objetivo.
- No lo identifica.



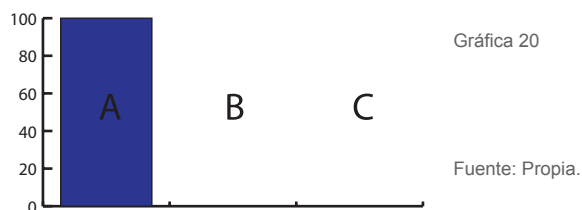
4. Que percepción tiene sobre la utilización de las caracterizaciones:

- Facilita la identificación con el grupo objetivo.
- Dificulta la identificación con el grupo objetivo.
- No hace diferencia.



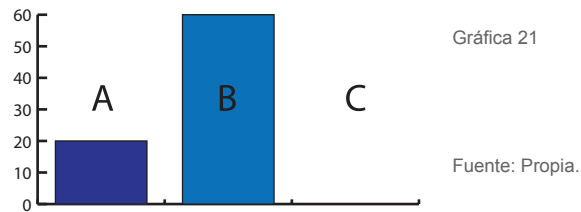
5. El uso de tipografías Serif en el cuerpo de texto para materiales informativos transmiten:

- Seriedad.
- Importancia.
- Valor.



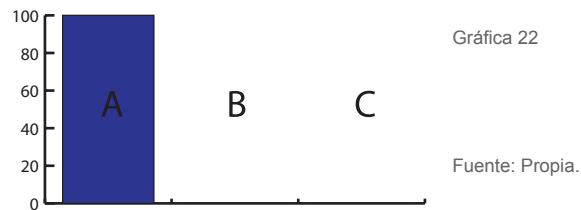
6. ¿Por qué cree usted que se utilizan tipografías diferentes en la propuesta gráfica?

- Separan el tipo de información.
- Diferencian jerarquías.
- Llaman la atención del lector.



7. El formato del trifoliar transmite:

- Impacto.
- Informativo.
- No transmite nada.



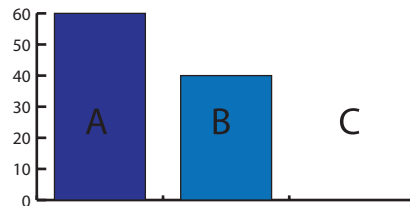
8. El formato de los afiches funciona para:

- Captar la atención.
- Facilitar su colocación.
- Jerarquizar el contenido.



9. Cree que la retícula utilizada logra:

- Jerarquizar el contenido.
- Acomodar el contenido.
- Separar el contenido.

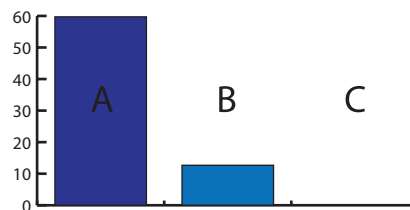


Gráfica 24

Fuente: Propia.

10. Las retículas utilizadas para diagramar los contenidos le comunican:

- Orden.
- Simplicidad.
- Amplitud.

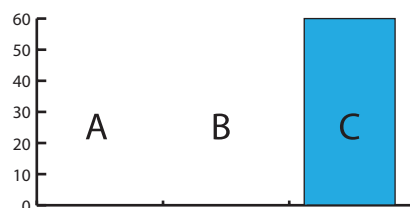


Gráfica 25

Fuente: Propia.

11. El diseño de los fondos para la campaña tiene como función:

- Paisaje.
- Identificación.
- Reconocimiento por el grupo objetivo.

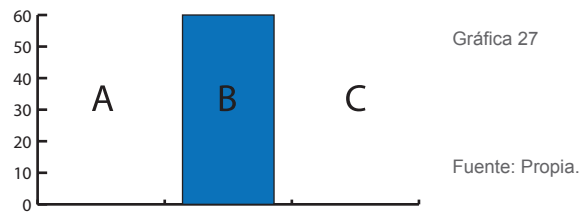


Gráfica 26

Fuente: Propia.

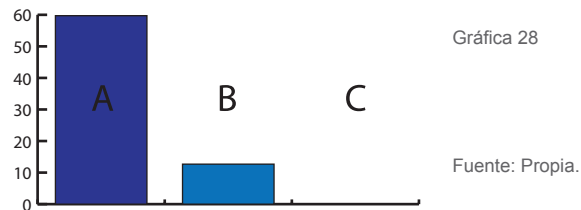
12. La variación en el grosor en las líneas utilizadas para definir las formas de las ilustraciones le comunican:

- Esponaneidad.
- Simplicidad.
- Interés.



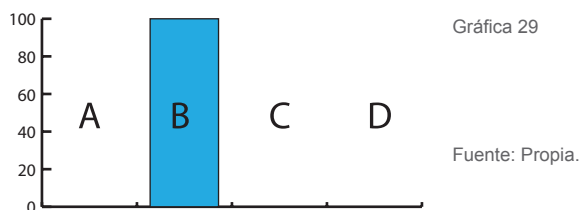
13. ¿Cuál considera usted que es la función de las ilustraciones?

- Crea una identificación.
- Representa el ideal.
- Ninguna de las anteriores.



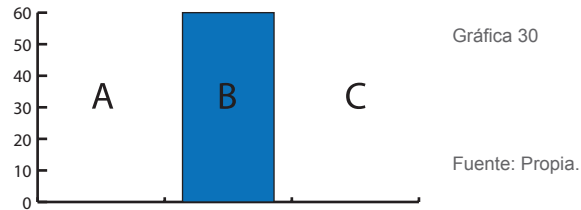
14. ¿Qué emoción considera usted que expresa el personaje diseñado?

- Simpatía.
- Entusiasmo.
- Amabilidad.
- Responsabilidad.



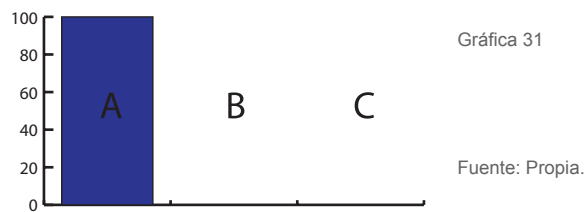
15. Cree usted que el identificador cumple:

- Integra la campaña y al MINEDUC.
- Va con el concepto.
- Crear identificación con el personaje.



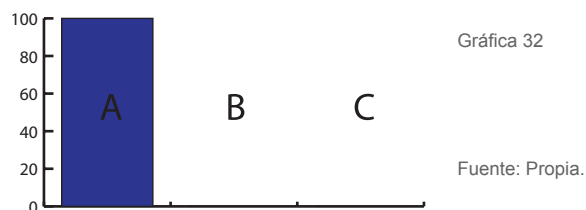
16. En cuanto al tono utilizado, cree que el grupo objetivo:

- Lo entenderá.
- Se identificara.
- No le interese.



17. Cree usted que los materiales promocionales sean:

- Útiles para el grupo objetivo.
- De interés.
- Irrelevantes.



Se extrajo información sobre los Diseñadores Gráficos, se entrevistó con este cuestionario sin embargo las preguntas no solo fueron cerradas, ya que aportaron opiniones y percepciones en base a su experiencia y conocimiento por lo que se obtuvieron aportas significativos para las piezas gráficas por lo que fue necesario realizar ciertos cambios, teniendo en cuenta el grupo objetivo y el concepto.

Como aspectos positivos se evidenció el buen uso en el mensaje, el como la conciencia y la información hara un cambio.

El mensaje es directo lo cual capatará la atención de las personas y no lo verán como algun mensaje tedioso.

Los cambios a realizar se presentarán posteriormente y se evidenciara el “antes” y el “después” para poder visualizar los resultados.

Universidad del Istmo

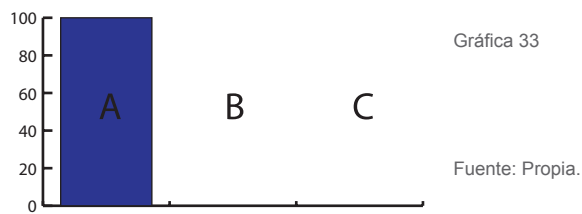
Facultad de Arquitectura y Diseño

Instrumento de validación para grupo objetivo

Instrucciones: Luego de analizar las piezas de la campaña gráfica “Amanecer Aprendiendo”, se le agradece su tiempo y veracidad para evaluarlas contestando la siguiente encuesta. Para ello, encierre en un círculo la respuesta que usted considere la más apropiada.

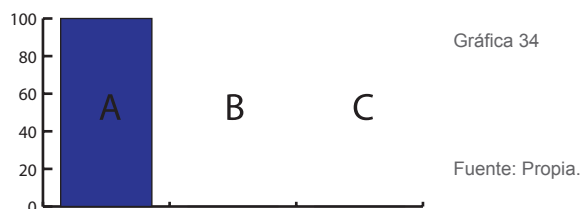
1. Los colores del diseño:

- a. Atraen su atención.
- b. Le chocan a la vista.
- c. No le transmiten nada.



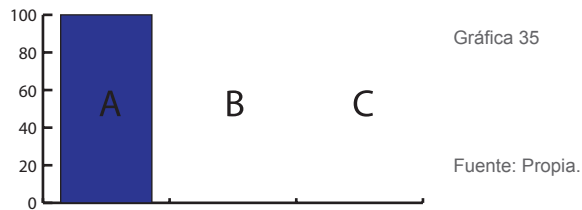
2. El tipo de letra utilizado en los materiales:

- a. Es simple y fácil de leer.
- b. Es extraño y difícil de leer.
- c. Es imposible de leer.



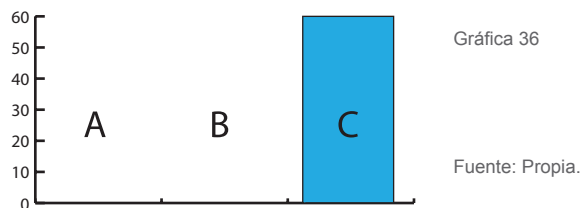
3. El diseño y tamaño de los formatos utilizados en el diseño de los afiches:

- a. Llaman su atención.
- b. Le distraen la lectura.
- c. No le transmiten nada.



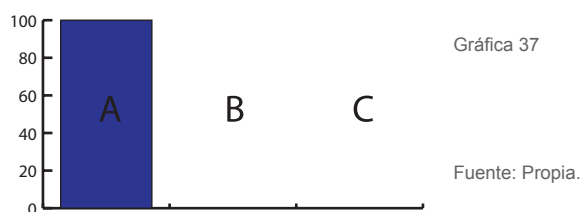
4. Como calificaría el trifoliar de la campaña Amanecer Aprendiendo.

- a. De su agrado para leer.
- b. Lo utilizaría.
- c. Lo desecharía.



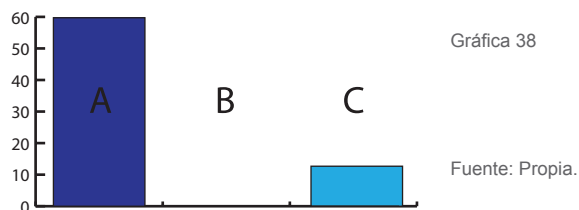
5. Según usted, la información y las ilustraciones de cada material está colocada:

- a. Facilita su lectura.
- b. Dificulta su lectura.
- c. Es confusa.



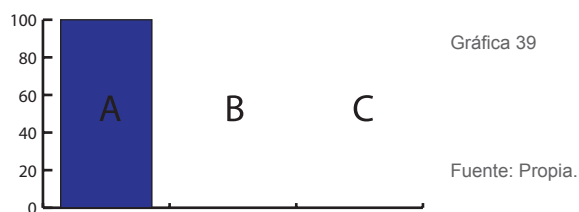
6. ¿Qué cree usted que representan los dibujos realizados?

- a. Se identifica con alguien de su comunidad.
- b. No se identifica.
- c. Pueden mejorar.



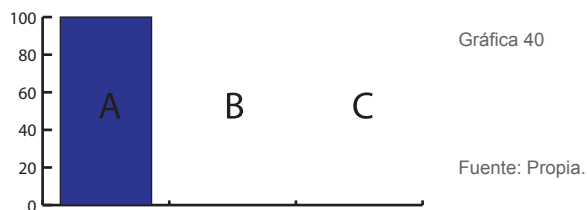
7. Al leer la información dada por “Amanecer Aprendiendo” cree que:

- a. Los padres deberían de apoyar más a sus hijos.
- b. Hay más opciones para sus hijos.
- c. Ayudar a su hijo a la organización de sus actividades.



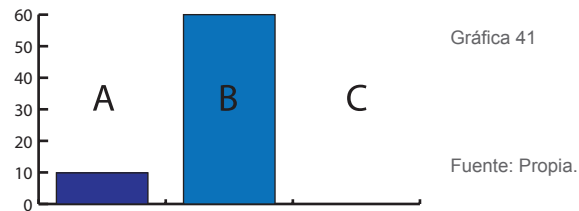
8. Los afiches le ayudarán a:

- a. Saber la importancia de los estudios en sus hijos.
- b. Identificarse.
- c. No me ayudarán en nada.



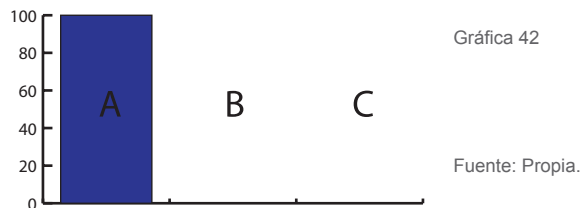
9. Al observar el trifoliar y su información, usted:

- a. Ya la conocía.
- b. Es de su interés.
- c. No es de su interés.



10. La bolsa que se le regalará a los padres y madres que ayuden a sus hijos le causa:

- a. Le darán un uso.
- b. La portarán y hablarán del tema.
- c. No hará diferencia.



Se obtuvo información importante del cuestionario realizado al grupo objetivo, su aporte fue de gran apoyo para ciertas piezas y así dar énfasis en la solución de investigación, la información será evaluada y se partirá de la opinión no solo del grupo objetivo, también con los aportes de los Expertos en el tema y los Diseñadores para poder llegar a una solución efectiva.

ANEXOS 2 CAMPAÑAS

Publicidad y campañas:

Publicidad: Hoy abundan las definiciones de publicidad, los periodistas podrían definirla como un proceso de comunicación, de relaciones públicas o persuasión; los negociantes ven en ella un proceso de marketing, entre otros. Pero en realidad se entiende por publicidad como una comunicación estructurada y compuesta, no personalizada, de la información que generalmente pagan patrocinadores identificados, que es de índole persuasiva, se refiere a productos (bienes, servicios e ideas) y se difunden a través de diversos medios.¹

La publicidad llega a través de un canal de la comunicación llamada medio. Un medio es cualquier vehículo pagado con el cual se presenta un anuncio a la audiencia meta. Así, se tendrá publicidad radiofónica, televisiva, anuncios de prensa, etc.

Antes todo la publicidad es comunicación, los anunciantes y los publicistas tratan de descubrir y aplicar los mejores métodos posibles para relatar a su grupo meta su historia, veraz pero creativa.

Ahora bien, se aplica a la publicidad el modelo de comunicación mencionado en el punto anterior se tiene que la fuente es el patrocinador, el mensaje es el anuncio, el canal es el medio y el receptor es el consumidor.

Pero un término utilizado en la publicidad son las Campañas, de las cuales hay distintos tipos. Bajo este nombre se agrupa a todas las actividades que se desarrolla en diferentes ámbitos, con una frecuencia determinada o incluso de manera puntual.

¹ William F. Arens. McGraw Hill. Publicidad. (Madrid Edición Mercadeo en el mundo Actual, 2005) p. 108.

El objetivo de la campaña permite establecer distintos tipos de publicidad que, en algunos casos pueden combinarse. Por ejemplo, hay campañas de lanzamiento informativas, o de mantenimiento educativas o informativas directas.

En este caso se hará uso de una Campaña Informativa y/o educativa como área de intervención.

Publicidad educativa: El fin principal es enseñar al grupo objetivo a utilizar o aprender correctamente un producto, servicio, beneficio, etc. Se incluyen también en esta categoría las campañas de concienciación ciudadana que tienen como objetivo conductas beneficiosas no sólo para el propio individuo sino para toda la comunidad.

Publicidad informativa: Como prioridad brinda datos abundantes sobre aquello que se anuncia. Si es un producto, servicio o tema explica sus características, fórmulas de consumo, posibilidades de uso, beneficios, etc. Es oportuna cuando se comprueba que el público necesita mucha información para tomar una decisión.

Publicidad directa: Se trata de una publicidad centrada en abrir un canal de respuesta con el público al que se dirige. Ese canal permite obtener información, plantear sugerencias, opiniones etc.

Por lo tanto se puede decir que los objetivos de este tipo de Campañas Publicitarias es informar sobre bienes, servicios, temas, etc., induciendo así mediante el mensaje, a que el grupo objetivo a que haga una acción beneficiosa para el mismo. La misma también suele promover alguna práctica de un hábito, concienciar la necesidad acerca de un tema

Así mismo tiene distintas funciones, tales como:

De Información, ya que se da a conocer el tema, marca, eslogan, enseñanza, por lo que la función es asumida mayoritariamente por el texto. De igual manera muchas veces éstas son utilizadas para resolver dudas, por lo que la explicación es de suma importancia.

En las Campañas Publicitarias tanto educativas como informativas es necesario analizar distintos puntos tales como la iconicidad (fotografías, dibujos, etc), objeto (contexto, cantidad), personajes (cantidad, tipo), color, así como el texto escrito, retórica, etc.

Cabe mencionar que para que este medio funcione es necesario el lenguaje no solo visual sino también escrito, ya que debe darse a entender con facilidad porque lo que se busca es la aprobación del grupo objetivo. Así mismo, el Análisis Identificativo, el cual debe mostrar una relación de la problemática, tema, servicio con quien se dirige.

Es entonces como se concluye que debe haber un análisis no sólo en la información contenida en el mensaje, a que grado ayuda a una elección sino también debe de ir acorde al contenido visual.

Tipo de Campañas: ²

Campaña social:

Entre los métodos más utilizados en la publicidad para difundir información se encuentran las campañas que están compuestas por una serie de esfuerzos y estrategias que informan y que llevan al individuo a adoptar un cambio de actitud.

Este método consiste en doblegar la voluntad de los receptores para que sean capaces de cambiar sus actitudes. Esto se logrará cuando el comunicador respete cuatro necesidades del individuo: su evolución y progreso, el derecho a la individualidad y a saber la verdad.

Se establece que debe haber un cambio en la comprensión o conocimiento del grupo objetivo, y a su vez que emprenda una acción específica en un tiempo determinado. Esto hará que el grupo objetivo cambie o cree un patrón de conducta o que modifique creencias hacia la situación.

Objetivo:

Concientizar a la población con respecto a determinado tema social (por lo general problema).

Características:

- Tamaño y duración variable
- Medios alternos importantes según sea el caso
- Utilización de fotografías que muestren el problema es importante.
- El dramatismo es el tono más utilizado en este tipo de campañas.

Campaña Informativa:

Una campaña informativa es toda aquella que se refiere a la información de un determinado tema, se hace una campaña a nivel nacional difundida por medios de comunicación, en la cual se informa a los pobladores en especial un grupo objetivo al cual va enfocada la campaña, se utiliza material gráfico de apoyo en el cual se explica o se informa.

Fases de una Campaña:

- Campaña de Expectación:

Objetivo: Despertar la curiosidad de las personas en general o de un grupo objetivo específico.

Características:

- Realización de avisos de prensa roba página
- Spot de corta duración en radio.

- Spots de tv (5, 10 o 15 seg.)
- No se menciona la marca
- Se destaca el beneficio principal o una aplicación del posicionamiento deseado.

- Si la marca es desconocida y el logotipo también, puede jugarse con el durante la campaña de expectación ya que nadie sabe de que se trata.
- El período en que debe mantenerse al aire es corto 1 a 2 semanas.
- La utilización de medios alternos en esta etapa es de suma importancia para causar expectación y elevar el grado de curiosidad.
- En esta etapa se definen los colores, tipografías, estilos de diseño, etc, de la marca.
- De igual manera se define la personalidad de la marca en cuanto a:
 - Locución
 - Musicalización

- Campaña de Lanzamiento:

Objetivo: Presentar la nueva marca, producto o servicio al g.o.

Características:

- Realización de avisos de prensa FCFP
(Si el presupuesto alcanza).
- Spot de radio de 30" como base (SEPA).

- Spots de tv de 30" (SEPA)
- El producto o marca se vuelven el elemento visual de mayor importancia en el anuncio
- Se destaca el beneficio principal como parte del encabezado

- Se busca identificar gráfica y fotográficamente al G.O.

- Es de suma importancia colocar en espacio especial, los textos legales (puntos de venta, dirección, teléfonos, e-mail, etc.)
- La utilización de palabras que induzcan al G.O. a tomar una acción es importante ya que se desea crear una reacción en el mismo.

- Campaña de Mantenimiento:

Objetivo: Mantener vigente la marca en la mente del consumidor

- Elevar el posicionamiento
- Incrementar la participación en el mercado

Características:

- En cuanto a la duración y tamaño de los avisos, estos varían de acuerdo al objetivo de campaña y presupuesto de la misma.
- Ésta es una etapa propicia para atacar nuevos g.o., agregar valores a las marcas, volver interactiva la comunicación, etc.

- En la etapa de mantenimiento se pueden iniciar ciertos cambios (siempre y cuando estén en estrategia) de redistribución de elementos, experimentar con diseños novedosos e incluso jugar con el tamaño el producto, buscando volcar toda actividad publicitaria a destacar conceptos.

- Campaña de Promoción:

Objetivo: Premiar al g.o. por su preferencia, lealtad o época en especial

Características:

- Tamaño y duración variable
- Diseño de alto impacto visual en donde el colorido, las tipografías y fotos son de suma importancia para llamar la atención.
- Una de las características más importantes es la inclusión de mecánicas de participación las cuales deben ocupar un lugar destacado en el diseño.

- En esta etapa LOS PREMIOS son el elemento ATRAYENTE, por lo tanto su participación lleva el mismo o más peso que la marca en el diseño.
- Palabras más utilizadas para captar la atención del g.o.
- SÓLO por esta temporada
- AHORA puede llevar 2 x 1
- APRESÚRESE antes de que se AGOTEN

Material Gráfico

Para el desarrollo de campañas informativas pueden utilizarse medios exteriores que estén en lugares públicos por donde transita el grupo objetivo. En este caso, sería en las áreas de entrada y salida de las escuelas públicas, en calles y avenidas cercanas a las mismas, y si fuera posible también, en áreas cercanos al lugar de trabajo de estos padres de familia.

Estos deben ser materiales gráficos colocados en la vía pública. Que para este problema incluyen carteles y si se tiene un mayor presupuesto, mupis en aceras y paradas de buses.

A continuación se da una breve explicación sobre los posibles materiales a utilizar para la campaña informativa en la vía pública.

1. Cartel, afiche o póster. Consiste en una lámina de papel, cartón u otro material que sirve para anunciar o dar información sobre algo. Puede definirse a los carteles como medios gráficos de comunicación, pues su misión es comunicar algo: una publicidad, un mensaje, una ideología política, etc. Hoy en día, la comunicación a través de carteles se ha tornado una de las modalidades más estudiadas y explicadas en congresos, seminarios y cursos.

El mensaje que aparece en los carteles debe ser de tipo global, cada elemento debe integrarse armónicamente y dar a luz a una unidad estética de alto impacto, para poder facilitar el manejo y aprendizaje de estos elementos tendremos que dividirlos en dos: elementos físicos y psicológicos.

- Tipos de carteles. Existen en el mercado dos tipos de carteles, los tipos informativos y los formativos. En ambos casos, los carteles se colocan en las paredes de los edificios u otros lugares de la ciudad habilitados al efecto.

- Carteles Informativos: Sus funciones, comunicar eventos, cursos, reuniones, conferencias espectáculos, etc. Este tipo de carteles puede ser dado a conocer sólo en formato de texto por lo cual se recomienda emplear letras grandes sobre un fondo de color que contraste. Los textos de dicho cartel deben darle al espectador sólo la información de carácter indispensable.

Los carteles con fines informativos se colocan en los puntos clave por donde transita el grupo objetivo, ya sea en interiores de alguna institución, puntos comerciales o en exteriores. Su objetivo es dar a conocer alguna información particular, por lo que no deben estar saturados. Los carteles también se utilizan para colocar el nombre de departamentos y secciones con el fin de orientar a las personas hacia algún centro informativo. En ambos casos, suelen incluir el logotipo y los colores corporativos de la cadena de distribución. También pueden presentarse acompañados de imágenes, las mismas pueden estar hechas a base de tipografías de sujetos, formas u objetos y suelen acompañar textos cortos.

- Carteles formativos: Se utilizan para proporcionar el establecimiento de hábitos tales como salud, higiene, limpieza, orden seguridad, etc. También pueden ser utilizados para fomentar actitudes de confianza, esfuerzo, actividad, conciencia, etc. En los carteles formativos las imágenes poseen una gran preponderancia sobre el texto, el mensaje se expresa gráficamente en forma concisa y clara en donde el texto tiene un escaso margen de aparición, la función del mismo es darle énfasis a la imagen que estamos percibiendo.

- Consideraciones para el diseño de los carteles. Los carteles que llaman la atención son aquellos que poseen calidad, la misma se relaciona con la buena terminación de la imagen, el adecuado color del fondo, la buena distribución de los elementos, etc.

La imagen debe ser una síntesis capaz de resumir la idea de forma adecuada en una mínima expresión física, siendo siempre clara y significativa, no se recomienda utilizar imágenes exageradas ya que podría perderse el objetivo de lo que realmente se quiere transmitir y la idea podría, a la vez, tornarse confusa.

Antes de promocionar o difundir un mensaje utilizando un tipo de imagen, se realiza un estudio de mercado que va a indicar cuáles con los contrastes, dibujos y fondos que tienen un mayor impacto en el público al que lo vamos a dirigir: niños, adolescentes, gente mayor, etc., por ejemplo, para promocionar un producto de belleza, los carteles más efectivos son los que poseen fondo blanco o colores claros ya que se relacionan más con lo femenino y lo suave.

1. Folleto. Se le denomina así a un impreso de varias hojas que sirve como instrumento divulgativo o publicitario. En marketing, el folleto es una forma sencilla de dar publicidad a una compañía, producto o servicio. Su forma de distribución es variada: situándolo en el propio punto de venta, mediante envío por correo o buzoneo o incluyéndolo dentro de otra publicación.

- Partes del folleto. Todo folleto suele presentar:

- Titular de tapa
- Titulares internos
- Texto
- Logotipo de cierre

Los titulares internos se hacen imprescindibles cuando el texto es abundante y resulta imperativo ir agrupando los datos. Las funciones de las demás partes son similares a las del afiche publicitario, aunque con un más información argumentativa para el lector.

- Tipos de folletos. Existen tres tipos de folletos según el estándar.

- Dípticos o bifoliales: Compuesto de dos partes

- Trípticos: Es un impreso formado por una lámina de papel o cartulina que se dobla en tres partes. Constituye un elemento publicitario ideal para comunicar ideas sencillas sobre un producto, servicio, empresa, evento, etc.

La forma de distribución de los trípticos es variada siendo muy habitual el mailing al domicilio de los clientes. También se distribuye por medio de buzoneo o se coloca sobre los mostradores de venta o en muebles expositores.

- Cuadrípticos: compuesto de cuatro partes

- Consideraciones para el diseño de folletos. Para un diseño efectivo de un folleto publicitario o informativo, se recomienda.

- Imprimir títulos y subtítulos claros y atractivos.
- Realizar argumentaciones completas. Explicar densamente los beneficios del producto o servicio y hacer un resumen de los mismos.
- Incluir un buen número de fotografías o imágenes si es necesario demostrar. Adjuntar pies de foto explicativos.
- Acompañar el texto y las fotografías con diagramas o dibujos.
- Realizar un recorrido lógico por los diferentes productos y argumentaciones.
- Un folleto de tres cuerpos se halla escrito al frente y al dorso y se pliega hacia el centro desde ambos lados.
- Presentar la información en secciones no sólo facilita la lectura del folleto, también simplifica el trabajo del redactor, que puede de esa manera organizar mejor todo el material de que dispone. Es adecuado que esa división vaya:


1. Desde lo más sencillo hacia lo más complejo.
2. Desde lo conocido hacia lo desconocido
3. Desde lo central hacia lo accesorio
4. Desde el pasado hacia el presente, o desde el presente hacia el futuro

También, los datos pueden ordenarse jerárquicamente a partir de estas preguntas acerca del producto o servicio: ¿Qué es?, ¿Para quién es?, ¿Para qué sirve?, ¿Qué aspectos lo caracterizan o diferencian?, ¿Cuánto cuesta?, ¿Dónde se consigue?, ¿Quién está utilizándolo?, ¿Dónde se puede obtener más información?, entre otras.

El folleto es un ejemplo de un documento de tamaño específico. No se puede agregar una página de más. Su texto e imágenes deben caber dentro de un espacio preciso, o de lo contrario el folleto no se doblará correctamente. Una plantilla o muestra, sería muy útil para un documento como ese. Una vez que se ha creado esa muestra, hacer un folleto se vuelve una tarea muy fácil. Sólo necesitará reemplazar el texto temporario, mientras mantiene con cuidado su ubicación en la página.

ANEXO 3 COTIZACIONES

A continuación se presenta las cotizaciones realizadas para la campaña “Amanecer aprendiendo”.

 La Papelera IMPRENTA Y LITOGRAFÍA	43 Avenida 0-33 Zona 7 Colonia Alvarado Tel.: 5651-9003 •22693062 E-mail: ilapapelera@gmail.com	COTIZACION No. 210-521	
		FECHA: Guatemala, 22 de octubre del 2010	
NOMBRE: VISUALIZA+	TELEFONO:	FAX:	
DIRECCION: visualizamas@gmail.com	FORMA DE PAGO: Contra entrega		
ATENCION: Sr. Andrés Pinzón	TIEMPO DE ENTREGA: 15 días hábiles		

De acuerdo a su requerimiento, nos es grato presentarles la siguiente cotización:

CANTIDAD	DESCRIPCION	IMPORTE
1,000	Afiches, tamaño de 17 x 22", impresas en Texcote, a full-color con aplicación de barniz UV	Q. 4,500.00
1,000	Posters, tamaño de 17 x 22", impresos en Texcote, a full-color, sin aplicación de barniz UV	Q. 4,300.00

Agradecemos su atención a la presente y esperamos contar con su apreciable pedido.

OBSERVACIONES: El cliente proporciona el diseño de los afiches en formato **Free-Hand** o similar.

ACEPTADO CLIENTE

José Luis Martínez
DEPTO. DE VENTAS



Playeras, Camisas Polo, Gorras, Uniformes, Promocionales, Serigrafía, Bordados, Rotulación Vallas y más...

Guatemala 25 de Octubre de 2010

Señor
Andrés Pinzon
Visualiza más
Teléfono: 5576-9994
E-mail: visualizamas@gmail.com
Presente

Estimado Señor Pinzon:

Es para nosotros un gusto saludarle y desearle éxitos en sus labores cotidianas, al mismo tiempo estamos cotizando lo solicitado por usted:

Cantidad	Descripción	Precio Unidad	Precio Total
500	Playeras, tipo exportación, en 100% algodón en color Blanco Con impresión, a full color, tallas S, M, L	Q.18.50	Q.9,250.00
500	Gorras, tipo promocional, en gabardina color Azul nacional Con impresión, a full color.....	Q.18.00	Q.9,000.00
500	Bolsas tipo morral en manta cruda con impresión una cara...Q.18.50	Q.18.50	Q.9,250.00
02	Arte, digitalización.....		Q.250.00

Nota:

Las muestras tienen un costo de Q100.00 cada una mas artes, abonables al momento de hacer el pedido.

Observaciones

- ✓ Precios incluyen IVA
- ✓ Precios sujetos a cambios sin previo aviso
- ✓ Sostentamiento de la oferta 15 días
- ✓ Forma de pago Contado contra entrega
- ✓ Fechas de entrega a convenir
- ✓ Capacidad de producción 10,000 unidades semanales o mas según proveedor de tela

Agradecemos su atención a la presente en espera de poder servirle como usted se lo merece y esperando su pronta respuesta, cualquier duda o comentario por favor contactarse con nosotros.

Atentamente,
Ing. Pablo Josué Santa Cruz R.
Móvil: 5389-2771

4ª calle 4-31 zona 9, Teléfonos: (502) 2360-9118, 2360-9120, 2269-1000, FAX: (502) 2362-1562

E-mail: jcguatemala@yahoo.com abaserigrafica@yahoo.com

GLOSARIO

Agricultura: es el conjunto de técnicas y conocimientos para cultivar la tierra y la parte del sector primario que se dedica a ello.

Caracterización: En un plano escénico, se garantiza la caracterización de un personaje mediante la aplicación de técnicas de peluquería, implantes y maquillaje.

Cobertura: extensión territorial que alcanza un servicio, especialmente los de telecomunicaciones.

Conceptualización: elaboración detallada y organizada de un concepto a partir de datos concretos o reales.

Deserción: es el abandono de su deber en una declaración de guerra o en batalla o su puesto asignado en el momento que se dé la orden de retirada, asedio, invasión, incursión por parte del enemigo, igualmente durante una emboscada o swarming; también cuando se comete un fragging contra los propios compañeros de armas o en ocasiones cuando hay ocupación militar y parte del enemigo deserta.

Diagramación: Distribución proporcional de los espacios de un texto.

Educación: El proceso multidireccional mediante el cual se transmiten conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar. La educación no sólo se produce a través de la palabra: está presente en todas nuestras acciones, sentimientos y actitudes.

Esperanza: La esperanza se define como uno de los sentimientos más positivos y constructivos que puede tener un ser humano.

Estrategia: es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

Identificación: El término identificación es el que generalmente se ha utilizado para definir y representar el activo proceso estructurante que tiene lugar dentro del yo y por el cual éste metaboliza ciertos componentes internalizados dando lugar a una matriz identificadora.

Retícula: Conjunto de hilos o líneas que se ponen en un instrumento óptico para precisar la visión.

Sustrato: (en cuanto a impresión) superficie que se encuentra debajo de otra (en este caso, de la tinta).